证券代码:002678　　证券简称:珠江钢琴　　公告编号:2021-016

广州珠江钢琴集团股份有限公司

2020 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。

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0.37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	谭翀	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	tc@pianoriverpiano.com	ldn@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。2020年,珠江钢琴坚持创新驱动发展战略,致力转型升级、产业延伸、融合发展,坚持以“提质、增效、降耗”为抓手,以深化企业改革为动力,优化运营模式,进一步拓展发展空间和提升企业盈利能力。

(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,珠江钢琴拥有恺撒堡、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,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”。公司在研究钢琴制造技术工艺上不断深化,加强自主创新,攻关核心零部件,为民族品牌钢琴核心零部件的品质飞跃提供有力的支撑,实现民族品牌的品质跨越。

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。

未来,公司将继续夯实传统钢琴市场地位,加大研发投入、掌握核心技术,构建技术壁垒,实现自动化转型;以聚焦主业、夯实基础和转型升级为战略方向,基于现有乐器制造优势打造世界一流的服务综合体;以国家文化产业示范基地为平台,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和名片,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:集团控股子公司艾莱森负责开展数码乐器业务。艾莱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。2020年艾莱森数码钢琴销量超4万架,继续位居国内数码钢琴企业前列。艾莱森在科研、生产、工艺等领域持续推动自主创新,攻关数码乐器核心技术,自主研发集数码钢琴、电子鼓和家庭陪练等功能的音乐教育软件,推出“6+1”智能音乐教室,向幼儿钢琴教育领域深入发展。进一步拓宽延伸了“传统数码乐器+互联网教育”的领域,持续举办“珠江艾莱森数码钢琴大赛”,进一步提升艾莱森数码钢琴的品牌知名度、影响力和美誉度。

未来,艾莱森将持续提升研发水平,扩大市场规模和占有率,将艾莱森数码打造成为珠江钢琴的另一核心业务、中国专业数码钢琴的代名词,并不断引进关键性人才,运用艾莱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,艺术教育培训直营实体店开业运营的包括北京艺术之家、佛山旗舰店、广州旗舰店、广州荔湾区红区店、广州天河区红区店等实体店,主要开展艺术培训、师资培训、赛事运营、钢琴展览活动、夏令营、游学及配套乐器销售等文化业务。

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:集团控股子公司珠江传媒负责开展影视类业务。2020年,珠江传媒积极推进前期已投项目,确保投资稳妥回收,并根据行业的特点不断建全风险防御机制。未来,珠广传媒将通过开拓新的业务项目,培育挖掘新的经济增长点。

(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,以突破市场销售为核心,以提高售后服务工作为着力点,在强化开拓能力和创新能力上下功夫,不断提升管理水平和执行力,全面提高企业的发展能力和核心竞争力。2020年琴趣科技自主研发“钢琴云学堂”APP“视频教学”板块,进一步打开线上教学市场,延伸教育文化消费板块服务链条,深入推进“乐器+教育+服务”新业态的战略布局,用户量快速增长,用户黏性一体化在线服务。

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,继续深入推进“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。2020年围绕“盘活资金,严控风险,稳定发展”的经营目标,健全各项风险防御机制和风险把控能力。

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

	2020年	2019年	本年比上年增减	2018年
营业收入	1,751,896,090.27	2,053,455,951.75	-14.69%	1,974,560,927.14
归属于上市公司股东的净利润	170,622,294.24	189,764,277.59	-10.09%	176,252,404.62
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	143,495,721.10	155,759,090.01	-7.87%	137,186,320.96
经营活动产生的现金流量净额	547,878,507.49	204,033,005.28	168.52%	123,264,937.76
基本每股收益(元/股)	0.13	0.14	-7.14%	0.13
稀释每股收益(元/股)	0.13	0.14	-7.14%	0.13
加权平均净资产收益率	4.94%	5.70%	-0.76%	5.45%
	2020年末	2019年末	本年末比上年末增减	2018年末
资产总额	4,798,196,583.39	4,470,698,047.10	7.33%	4,376,451,368.39
归属于上市公司股东的净资产	3,524,122,521.58	3,395,664,040.25	3.78%	3,292,434,010.79

(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	311,418,993.59	325,288,826.00	560,995,112.21	554,193,158.47
归属于上市公司股东的净利润	12,315,302.60	20,796,665.07	61,293,251.04	76,217,075.53
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	10,112,680.50	13,195,855.99	52,954,439.24	66,561,501.79
经营活动产生的现金流量净额	-184,118,875.65	34,979,061.11	199,810,822.68	497,207,499.35

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、股东及股东情况

(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	12,752	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	12,673	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			
广州国兴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			
华夏基金-中央汇金资产管理有限责任公司-华夏基金-汇金资管单一资产管理计划	其他	0.84%	11,424,289			
张理楚	境内自然人	0.47%	6,441,875			
陈梅金	境内自然人	0.35%	4,807,900			
林位纲	境内自然人	0.35%	4,759,973			
辛成孟	境内自然人	0.35%	4,704,298			
欧梦婕	境内自然人	0.34%	4,628,018			
严文华	境内自然人	0.33%	4,503,966			
上述股东关联关系或一致行动的说明	因广州新华城市发展产业投资企业(有限合伙)、广州国兴城市发展产业投资企业(有限合伙)的实际控制人同为广州市城投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)与广州国兴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方法》规定的一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明(如有)	不适用					

(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

2020年,面对全球经济不确定性因素、新冠肺炎疫情影响、企业要素成本明显上升,钢琴消费市场疲软,珠江钢琴在市委市政府、市国资委的正确领导下,坚持以党的十九大精神、十九届五中全会和习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,坚持创新驱动发展战略,在不稳定的经济环境中逆流而上、砥中求稳、稳中求进,坚持以“提质、增效、降耗”为抓手,以深化企业改革为动力,优化运营模式,进一步拓展发展空间、提升企业盈利能力,公司先后荣获“2020中国轻工业二百强企业”、“2020中国轻工业科技百强企业”、“2020中国轻工业乐器行业十强企业”并排名第一、卫冕“制造业单项冠军示范企业”、“2020广东企业500强”、“国家知识产权优势企业”等多个荣誉。

(一)经营业绩方面

2020年,公司实现营业收入17.52亿元,同比下降14.69%;归属于上市公司股东的净利润为1.71亿元,同比下降10.09%;归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为1.43亿元,同比下降7.87%。截至2020年12月31日,公司资产总额为47.98亿元,同比增长7.33%。公司资产负债结构稳健,资产质量优良。

(二)钢琴业务

1、开拓营销新业态,稳步推进经营发展

面对疫情的变化和教育停课、市场环境影响,珠江钢琴针对性地有序推出了与市场环境相对应的营销政策。在公司通过开展爱心哈“疫”活动,采用可视化、视频类等新媒体宣传方式,积极开展各类终端促销活动。公司实施市场调整战略的市场,做好新产品的市场培育,加强渠道管理,做好市场培育,重点向市场推出采用了恺撒堡2.0弦槌新技术成果研发的新产品KX系列、艺术家KAX系列,通过线上向线下导流方式,打开销售市场。同时大力推进网络销售,持续发展“大电商”模式,2020年的618活动、双11活动期间,公司线上自主旗舰店销售均实现超过10%的增长。

2、加强技术创新,以技改技革促发展

2020年公司持续推进自主创新和战略合作双向驱动,成功研制PR2.0弦槌技术并面向市场,打破高端定位钢琴弦槌主要来自国外企业生产这一局面,为民族品牌钢琴核心零部件的品质飞跃提供有力的支撑,实现民族品牌的品质跨越。以PR2.0弦槌技术为代表的一批新技术新工艺在钢琴板块研发团队的拼搏中在高端核心技术领域实现了技术突破并顺利完成产业化,为实现企业愿景再向前跨越了一步。2020年集团研发投入达到8,267.48万元,研发占比4.71%。全年完成新款钢琴设计27款,新款数码钢琴设计34款;开展新材料、新工艺的改进试验626项,完成试验429项,已有129项投入实施,40项作为技术储备。

在2020年不同寻常的上海国际乐器展上,珠江钢琴对外展示全新视觉体验形象和系列具有创新科技产品,体现了龙头企业对行业发展的信心和担当,推出全球首台利用新技术、新材料“太空漫步3D打印钢琴”以及系列外型独特、拼接色彩缤丽的木纹技术设计的钢琴产品。系列产品恺撒堡KX21“钢琴凭借独特的外观和珠江钢琴最新自主研发的PR2.0弦槌技术,以及家居型S3电钢琴产品在乐器展全球业界新品首发活动中获评为“最佳新品”;里特米勒RS系列高档钢琴的开发》荣获广东省轻工业联合会科学技术奖。

3、线上线下同步开展品牌活动,打造乐器文化名牌

(1)通过抖音等直播平台上线“珠江钢琴云音乐汇”云课系列,针对艺考学生、参赛选手、教师、琴童等人群设置直播课程内容,疫情期间停课不“停学”;在抖音上推出免费直播公开课和音乐会,邀请中央音乐学院、星海音乐学院的名师担纲主讲或演奏等,以一系列线上音乐文化活动为全民“宅抗疫”特殊时期提供极大便利。

(2)赔偿疫情稳定期,稳步参与、开展线下音乐活动。成功主办2020年“珠江·恺撒堡”全国老年钢琴大赛、“未来音乐家”全国才艺大赛”;全国老年钢琴大赛为社会搭建了一个展示老年钢琴爱好者风采的舞台,填补了国内中老年钢琴大赛领域的空白,促进老年人音乐艺术交流,引领艺术养老新风尚;积极参与国内重要文化活动,如第六届兰州国际钢琴艺术周、2020年上海乐器展、第10届广州国际灯光节等活动,以高端高质的产品品质树立了珠江钢琴的乐器文化品牌形象,提升了品牌的知名度美誉度;继续开展“恺撒堡奖学金”、“名师公开课”等活动,在培育人才、提高艺术文化素质的同时大力推广宣传企业品牌及产品,树立了良好的企业形象。

(三)数码乐器业务

控股子公司珠江艾莱森公司在疫情冲击,市场快速变化、竞争激烈的情况下,持续推进网络销售的“大电商”策略,紧紧把握线下的数码钢琴批发和招投标产机会,线上线下齐发力,疫情影响下,全年营业收入和利润总额同比总体持平,产销量分别增长11%和6%,净利润同比增长16%。产品研发领域更加关注客户需求,以需求为中心进行设计、改进,让产品更贴近市场、性价比更具优势;品牌宣传有创新有亮点,持续举办三届“珠江艾莱森数码钢琴大赛”品牌知名度进一步提升。未来将继续保持良好的发展势头,做细做实基础管理工作,进一步提升数码乐器核心领域的技术研发能力,提升产品品质和稳定性,推进产品结构升级、工艺改造,推进数码乐器产品高质量发展。

(四)文化服务业务

1、疫情期间响应国家号召以防疫防控为首要任务,上半年学校和培训机构全部停课,针对琴童停课只能开展线上学习等实际情况,珠江钢琴负责音乐文化教育板块的文教公司积极开展线上直播教学策划珠江钢琴名师公开课50讲网络直播课程等线上系列活动,线下积极举办2020“未来音乐家”全国才艺大赛,成立珠江钢琴少年合唱团演出团和预备团等,既提高了品牌知名度,也有效缓冲了疫情影响。截至2020年底,文化教育投资公司参股公司珠江埃诺开发及优化的珠江钢琴艺术教育加盟商为476家,其中艺术教室313家,课程系列合作伙伴163家,覆盖21个省份。文化教育业务持续优化,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、广州文化产业创新创业孵化园项目正在有序推进,由全资子公司文化园区公司负责孵化园筹备及运营管理工作。自孵化园项目启动起来,文化园区精心谋划,在项目改造设计、施工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,文化园区围绕项目功能板块积极开展招商推广工作,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,考察招商对象,提升了园区知名度和品牌形象,为各功能板块招商做好资源储备。2020年底,园区基础性工程已基本完成,部分物业已通过广州产交所成功招租,园区被广州市政府审定为2020年广州市产业园区提质增效试点。

(五)钢琴后服务市场方面

围绕钢琴后服务领域定位的琴趣公司积极调整营销策略,以“屏对屏”代替“面对面”,通过电话、微信的形式对客户进行回访及推护,同时通过微商城和天猫平台产品宣传,带动营业额的增长;自主研发“钢琴云学堂”APP的“视频教学”板块,打开线上教学市场,进一步延伸教育文化消费板块服务链条;以网约调律服务为基础,以突破市场销售为核心,以提高售后服务工作为着力点,深入推进“乐器+教育+服务”新业态的战略布局,形成行业产业链闭环,为用户提供一体化在线服务。琴趣公司2020年通过以上业务整合、盘活产品、强化队伍、健全企业内控制度等措施,经营情况逐步向好。

(六)疫情防控

2020年,面对突如其来的新冠肺炎疫情,珠江钢琴贯彻落实党中央、省委、市委关于疫情防控的有关部署,迅速启动疫情防控工作预案,从1月25日起采取最有力有效的措施,为保障职工健康和顺利复工复产,国内外采购防疫物资,在2月10日率先强力推进复工复产。公司统筹做好疫情防控常态化的各项工作,毫不放松地落实疫情防控工作各项细则。认真落实国有企业社会责任,给予承租公司及下属子公司物业符合条件的租户减免租金合计约388万元。平稳有序推进复工复产,针对疫情期间稳定员工就业方面制订了相应的措施,保证职工收入;认真用好各级政府出台的优惠政策,如阶段性减免企业社会保险费、援企稳岗政策、线上适岗职业技能培训补贴、政策性减免电费,统筹兼顾,扎实推进六稳六保工作。

(七)内部管理

1、公司始终坚持人才强企战略,大力弘扬大国工匠精神,加强人才培养。畅通优秀人才脱颖而出渠道,开辟优秀年轻干部健康成长“快车道”,制定《“789”年轻干部培养方案》,建立年轻干部后备库,定向培养了一大批“789”优秀年轻干部。

2、持续推进校企合作办学项目,提升员工的综合素质。积极跟进与南京师范大学开展合作举办的本、专科钢琴制造与调律专业继续教育学习班,以及音乐学专业成人教育,在全国90多所高校设立珠江钢琴系列奖学金,支持人才培养,深化产学研无缝对接。

3、持续加大力度推进群众性质量管理活动,深入生产现场指导OC小组开展改进活动,推荐参加广东省、广州市及全国轻工联合会组织的优秀OC小组成果题质量信得过班组发布交流会,取得了优异成绩。2020年获全国质量信得过班组1个、全国轻工优秀OC小组1个、广东省、广州市优秀OC小组各2个,全国轻工质量信得过班组1个。

4、涌现了一批技艺精湛、业绩突出、敬业担当的工匠人才,公司高级调律师陈德然成为2020年中国乐器行业唯一被命名为中国轻工“大国工匠”,鼓励职工参加业内专业赛事,在2020年全国行业职业技能竞赛第三届全国钢琴调律职业技能竞赛决赛中,公司派出的选手包揽冠亚季军,获得前十名揽括45%的优异成绩,公司员工蓝文兵、黄靖、苏家裕等获评“全国技术能手”。

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、面临退市情况

□ 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

(一)重要会计政策变更

1、执行《企业会计准则第14号——收入》(2017年修订)(以下简称“新收入准则”)

财政部于2017年修订了《企业会计准则第14号——收入》。修订后的准则规定,首次执行该准则应当根据累积影响数调整当年年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。

本公司自2020年1月1日起执行新收入准则。根据准则的规定,本公司仅对在首次执行日尚未完成的合同的累积影响数调整2020年年初留存收益以及财务报表其他相关项目金额,比较财务报表不做调整。执行该准则的主要影响如下:

会计政策变更的内容和原因	审批程序	受影响的报表项目	对2020年1月1日余额的影响金额	
			合并	母公司
将与销售商品相关的未完成的单项履约义务及与销售相关的预收款项重分类至合同负债及其他流动负债。	董事会批准	其他应付款	-77,044,370.18	-1,456,409.12
		预收款项	-31,144,546.53	-202,782,952.71
		合同负债	104,763,056.52	180,910,349.57
		其他流动负债	3,425,860.19	23,329,012.26

与原收入准则相比,执行新收入准则对2020年度财务报表相关项目的影响如下:

受影响的资产负债表项目	对2020年12月31日余额的影响金额	
	合并	母公司
合同负债	105,966,358.47	2,222,895.40
预收款项	-23,546,867.57	-927,319.00
其他流动负债	2,213,071.28	106,682.72
其他应付款	-84,632,562.18	-1,402,259.12

受影响的利润表项目	对2020年度发生额的影响金额	
	合并	母公司
营业收入	-53,138,790.87	-8,100.00
营业成本	75,593,140.20	0.00
销售费用	-128,731,931.07	-8,100.00

2、执行《企业会计准则解释第13号》

财政部于2019年12月10日发布了《企业会计准则解释第13号》(财会(2019)21号,以下简称“解释第13号”),自2020年1月1日起施行,不要求追溯调整。

①关联方的认定

解释第13号明确了以下情形构成关联方:企业与其所属企业集团的其他成员单位(包括母公司和子公司)的合营企业或联营企业;企业的合营企业与企业的其他合营企业或联营企业。此外,解释第13号也明确了仅仅同受一方重大影响的两方或两方以上的企业不构成关联方,并补充说明了联营企业包括联营企业及其子公司,合营企业包括合营企业及其子公司。

②业务的定义

解释第13号完善了业务构成的三个要素,细化了构成业务的判断条件,同时引入“集中度测试”选择,以在一定程度上简化非同一控制下取得组合是否构成业务的判断等问题。

本公司自2020年1月1日起执行解释第13号,比较财务报表不做调整,执行解释第13号未对本公司财务状况和经营成果产生重大影响。

3、执行《新冠肺炎疫情相关租金减让会计处理规定》

财政部于2020年6月19日发布了《新冠肺炎疫情相关租金减让会计处理规定》(财会(2020)10号),自2020年6月19日起施行,允许企业对2020年1月1日至该规定施行日之间发生的相关租金减让进行调整。按照该规定,对于满足条件的由新冠肺炎疫情直接引发的租金减免、延期支付租金等租金减让,企业可以选择采用简化方法进行会计处理。

本公司对于属于该规定适用范围的租金减让全部选择采用简化方法进行会计处理,并对2020年1月1日至该规定施行日之间发生的相关租金减让根据该规定进行相应调整。

本公司作为承租人采用简化方法处理租赁租金减让冲减本期营业成本、管理费用和销售费用合计人民币942,349.46元。

本公司作为出租人采用简化方法处理租赁租金减让冲减本期营业收入人民币2,489,672.43元。

(二)重要会计估计变更

本报告期公司重要会计估计未发生变更。

(三)首次执行新收入准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

合并资产负债表

项目	上年年末余额	年初余额	调整数		
			重分类	重新计量	合计
预收款项	31,144,546.53	0.00	-31,144,546.53	0.00	-31,144,546.53
合同负债	0.00	104,763,056.52	104,763,056.52	0.00	104,763,056.52
其他流动负债	0.00	3,425,860.19	3,425,860.19	0.00	3,425,860.19
其他应付款	216,230,107.69	139,185,737.51	-77,044,370.18	0.00	-77,044,370.18

各项目调整情况的说明:

母公司资产负债表

项目	上年年末余额	年初余额	调整数		
			重分类	重新计量	合计
预收款项	202,782,952.71	0.00	-202,782,952.71	0.00	-202,782,952.71
合同负债	0.00	180,910,349.57	180,910,349.57	0.00	180,910,349.57
其他流动负债	0.00	23,329,012.26	23,329,012.26	0.00	23,329,012.26
其他应付款	63,214,888.94	61,758,479.82	-1,456,409.12	0.00	-1,456,409.12

(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

公司报告期无合并报表范围发生变化的情况。

广州珠江钢琴集团股份有限公司

法定代表人:李建宁

2021年4月13日

证券代码:002678　　证券简称:珠江钢琴　　公告编号:2021-014

广州珠江钢琴集团股份有限公司第三届董事会第二十七次会议决议公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

广州珠江钢琴集团股份有限公司(以下简称“公司”)于2021年4月2日以电子邮件及书面送达的方式发出会议通知及会议资料,于2021年4月13日上午9:00以现场会议的方式在公司文化中心五楼会议室召开第三届董事会第二十七次会议。会议应参加表决董事7名,实际参加表决董事7名,其中:肖巍、周延风采用通讯方式表决。会议由董事长李建宁先生召集并主持,公司监事会全体成员、高级管理人员列席了会议。

本次会议的召开符合《中华人民共和国公司法》、《广州珠江钢琴集团股份有限公司章程》及《广州珠江钢琴集团股份有限公司董事会议议事规则》的规定。

一、会议形成以下决议:

1、以7票同意、0票否决、0票弃权,审议通过《关于会计政策变更的议案》

董事会认为:本次会计政策变更是公司根据财政部发布的相关文件要求进行的合理变更,本次变更不会对公司财务状况、经营成果和现金流量产生重大影响。执行变更后的会计政策,能够客观、公允地反映公司的财务状况和经营成果,不存在调节利润误导投资者,不存在损害公司及全体股东利益的情形。董事会同意本次公司会计政策变更。

《关于会计政策变更的公告》具体内容详见巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)、《证券时报》、《中国证券报》及《证券日报》。

独立董事对该议案发表了独立意见,具体内容详见巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)。

2、以7票同意、0票否决、0票弃权,审议通过《2020年度报告全文及摘要》

《2020年度报告全文》具体内容详见巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn);《2020年度报告摘要》具体内容详见巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)、《证券时报》、《中国证券报》及《证券日报》。

该议案尚需提交公司股东大会审议。

3、以7票同意、0票否决、0票弃权,审议通过《2020年度董事会工作报告》

《2020年度董事会工作报告》具体内容详见巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)。

该议案尚需提交公司股东大会审议。

4、以7票同意、0票否决、0票弃权,审议通过《2020年度总经理工作报告》

5、以7票同意、0票否决、0票弃权,审议通过《2020年度财务决算报告》

2020年度公司实现营业收入17.52亿元,同比下降14.69%;归属于上市公司股东的净利润为1.71亿元,同比下降10.09%;归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为1.43亿元,同比下降7.87%。截至2020年12月31日,公司资产总额为47.98亿元,同比增长7.33%。公司资产负债结构稳健,资产质量优良。

(二)钢琴业务

1、开拓营销新业态,稳步推进经营发展

面对疫情的变化和教育停课、市场环境影响,珠江钢琴针对性地有序推出了与市场环境相对应的营销政策。在公司通过开展爱心哈“疫”活动,采用可视化、视频类等新媒体宣传方式,积极开展各类终端促销活动。公司实施市场调整战略的市场,做好新产品的市场培育,加强渠道管理,做好市场培育,重点向市场推出采用了恺撒堡2.0弦槌新技术成果研发的新产品KX系列、艺术家KAX系列,通过线上向线下导流方式,打开销售市场。同时大力推进网络销售,持续发展“大电商”模式,2020年的618活动、双11活动期间,公司线上自主旗舰店销售均实现超过10%的增长。

2、加强技术创新,以技改技革促发展

2020年公司持续推进自主创新和战略合作双向驱动,成功研制PR2.0弦槌技术并面向市场,打破高端定位钢琴弦槌主要来自国外企业生产这一局面,为民族品牌钢琴核心零部件的品质飞跃提供有力的支撑,实现民族品牌的品质跨越。以PR2.0弦槌技术为代表的一批新技术新工艺在钢琴板块研发团队的拼搏中在高端核心技术领域实现了技术突破并顺利完成产业化,为实现企业愿景再向前跨越了一步。2020年集团研发投入达到8,267.48万元,研发占比4.71%。全年完成新款钢琴设计27款,新款数码钢琴设计34款;开展新材料、新工艺的改进试验626项,完成试验429项,已有129项投入实施,40项作为技术储备。

在2020年不同寻常的上海国际乐器展上,珠江钢琴对外展示全新视觉体验形象和系列具有创新科技产品,体现了龙头企业对行业发展的信心和担当,推出全球首台利用新技术、新材料“太空漫步3D打印钢琴”以及系列外型独特、拼接色彩缤丽的木纹技术设计的钢琴产品。系列产品恺撒堡KX21“钢琴凭借独特的外观和珠江钢琴最新自主研发的PR2.0弦槌技术,以及家居型S3电钢琴产品在乐器展全球业界新品首发活动中获评为“最佳新品”;里特米勒RS系列高档钢琴的开发》荣获广东省轻工业联合会科学技术奖。

3、线上线下同步开展品牌活动,打造乐器文化名牌

(1)通过抖音等直播平台上线“珠江钢琴云音乐汇”云课系列,针对艺考学生、参赛选手、教师、琴童等人群设置直播课程内容,疫情期间停课不“停学”;在抖音上推出免费直播公开课和音乐会,邀请中央音乐学院、星海音乐学院的名师担纲主讲或演奏等,以一系列线上音乐文化活动为全民“宅抗疫”特殊时期提供极大便利。

(2)赔偿疫情稳定期,稳步参与、开展线下音乐活动。成功主办2020年“珠江·恺撒堡”全国老年钢琴大赛、“未来音乐家”全国才艺大赛”;全国老年钢琴大赛为社会搭建了一个展示老年钢琴爱好者风采的舞台,填补了国内中老年钢琴大赛领域的空白,促进老年人音乐艺术交流,引领艺术养老新风尚;积极参与国内重要文化活动,如第六届兰州国际钢琴艺术周、2020年上海乐器展、第10届广州国际灯光节等活动,以高端高质的产品品质树立了珠江钢琴的乐器文化品牌形象,提升了品牌的知名度美誉度;继续开展“恺撒堡奖学金”、“名师公开课”等活动,在培育人才、提高艺术文化素质的同时大力推广宣传企业品牌及产品,树立了良好的企业形象。

(三)数码乐器业务

控股子公司珠江艾莱森公司在疫情冲击,市场快速变化、竞争激烈的情况下,持续推进网络销售的“大电商”策略,紧紧把握线下的数码钢琴批发和招投标产机会,线上线下齐发力,疫情影响下,全年营业收入和利润总额同比总体持平,产销量分别增长11%和6%,净利润同比增长16%。产品研发领域更加关注客户需求,以需求为中心进行设计、改进,让产品更贴近市场、性价比更具优势;品牌宣有创新有亮点,持续举办三届“珠江艾莱森数码钢琴大赛”品牌知名度进一步提升。未来将继续保持良好的发展势头,做细做实基础管理工作,进一步提升数码乐器核心领域的技术研发能力,提升产品品质和稳定性,推进产品结构升级、工艺改造,推进数码乐器产品高质量发展。

(四)文化服务业务

1、疫情期间响应国家号召以防疫防控为首要任务,上半年学校和培训机构全部停课,针对琴童停课只能开展线上学习等实际情况,珠江钢琴负责音乐文化教育板块的文教公司积极开展线上直播教学策划珠江钢琴名师公开课50讲网络直播课程等线上系列活动,线下积极举办2020“未来音乐家”全国才艺大赛,成立珠江钢琴少年合唱团演出团和预备团等,既提高了品牌知名度,也有效缓冲了疫情影响。截至2020年底,文化教育投资公司参股公司珠江埃诺开发及优化的珠江钢琴艺术教育加盟商为476家,其中艺术教室313家,课程系列合作伙伴163家,覆盖21个省份。文化教育业务持续优化,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、广州文化产业创新创业孵化园项目正在有序推进,由全资子公司文化园区公司负责孵化园筹备及运营管理工作。自孵化园项目启动起来,文化园区精心谋划,在项目改造设计、施工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,文化园区围绕项目功能板块积极开展招商推广工作,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,考察招商对象,提升了园区知名度和品牌形象,为各功能板块招商做好资源储备。2020年底,园区基础性工程已基本完成,部分物业已通过广州产交所成功招租,园区被广州市政府审定为2020年广州市产业园区提质增效试点。

(五)钢琴后服务市场方面

围绕钢琴后服务领域定位的琴趣公司积极调整营销策略,以“屏对屏”代替“面对面”,通过电话、微信的形式对客户进行回访及推护,同时通过微商城和天猫平台产品宣传,带动营业额的增长;自主研发“钢琴云学堂”APP的“视频教学”板块,打开线上教学市