

公司代码：603898

公司简称：好莱客

广州好莱客创意家居股份有限公司

2016 年年度报告摘要

一 重要提示

- 1 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 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 广东正中珠江会计师事务所（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

公司拟以 2016 年 12 月 31 日的总股本 299,900,000 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 2.54 元（含税），合计派发现金红利 76,174,600.00 元。公司 2016 年度不进行资本公积转增股本。

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
A股	上海证券交易所	好莱客	603898

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	邓涛	甘国强
办公地址	广州市天河区科韵路20号三层	广州市天河区科韵路20号三层
电话	020-89311886	020-89311882
电子信箱	ir@holike.com	ir@holike.com

2 报告期公司主要业务简介

2.1 主营业务

公司主要从事全屋定制家居及其配套家具的设计、研发、生产和销售，是国内定制家居整体解决方案提供商。主要产品包括但不限于整体衣柜、整体衣帽间、整体书柜、整体电视柜、整体酒柜、榻榻米及其它配套产品等。公司秉承“定制家居大师”的品牌理念，凭借对创意家居的深究及前瞻性布局，为消费者提供以设计和环保为核心理念的全屋定制家居产品的整体解决方案。

“好莱客”品牌寓意“Home Like”，即舒适的家，公司致力于为消费者营造舒适的家。公司进行“专业化、定制化”设计，在产品研发、技术创新、环保品质、时尚设计、生产制造等环节精益求精。公司的产品定位主要面对中高端消费人群，近年也逐渐向 80、90 后年轻化消费群体延伸，产品风格更加丰富，价格覆盖面更广，能够满足不同客户的个性化需求。

公司主要产品列示如下表所示：

产品名称	产品系列	产品描述	图片示例
整体衣柜	简雅系列、格雅系列、天鹅堡系列、	卧室中存放或收纳衣物的壁柜。由于个性化需求越来越多，整体衣柜充分合理的利用有效的空间等优势越来越明显。	
整体衣帽间		较大户型居室中存放或收纳衣物等物品的独立储物空间。	

整体书柜	北欧风情、伊莲系列、卡普里系列、巴黎风尚系列、曼特宁系列、美尚印象系列、欧陆精品系列、天空之城系列、贝加尔湖畔系列	书柜用于收纳及展示书籍。用户通常也把装饰品摆放在书柜上，用于物品展示。	
整体电视柜	挪威森林系列、阿尔卑斯系列、蒙特里安系列、波尔多庄园系列	电视柜用于客厅摆放电视、收纳物品等功能，电视柜除可以摆放电视以外，也可用于摆放装饰品、书籍、充电线、电线板等物品。	
整体酒柜		较大户型居室中，餐厅位置会摆放酒柜，酒柜既可摆放酒，也可用于摆放装饰品的作用，与餐桌椅结合，使餐厅更显品味。	
整体阳台柜		阳台柜可用于摆放清洁用品，大多配有放洗衣机的位置和放置脏衣物的脏衣篮，使用起来美观方便。	

整体 门厅柜		门厅柜配有小物件收纳空间，如钥匙、雨伞等，同时设有换鞋凳，使用户刚进门就感受到家的温暖。	
榻榻米		睡觉时可作床。白天又可做起居室，同时又是对弈、品茗的绝佳场所，过客时这是客房，孩子玩耍时，它又成了游戏场所，是生活与娱乐的完美结合。	
配套 家具		床、床垫、床头柜、梳妆台等作为卧室配套家具；沙发、茶几作为客厅配套家具；餐桌椅作为餐厅配套家具；书桌椅作为书房配套家具。	

2.2 经营模式

公司主要从事全屋定制家具及配套家居产品的设计、研发、生产及销售，公司以“定制”为核心展开经营，公司主要的经营模式包括：

在定制家居设计方面，公司秉持大师级设计风格，坚持原创，融入世界时尚元素，力求让每一件出品都独具匠心，贴合人性。通过与知名大师保罗·安德鲁为代表的知名设计团队广泛合作，奠定了“好莱客”大师级创意设计品牌调性。

在品牌运营方面，公司采取“品牌双代言模式”扩大品牌影响力，“原态定制”全面推广。公司目前品牌双代言人：国内知名艺人 Angela baby（杨颖）及法国建筑设计大师保罗·安德鲁。公司希

望更多地传递年轻、时尚和国际化的品牌形象给潜在客户，扩大品牌在国内及国际的影响力，提升品牌认知度。

在销售运营方面，鉴于“定制家居”业务定位，公司实行以经销商为主、以直营店为辅的销售模式，通过终端门店的广覆盖、高渗透铺设满足终端消费者个性、专属的家居需求。公司通过在门店内向消费者展示定制家居、为消费者个性化的设计服务、安排设计师上门量尺服务及真实呈现设计效果等，实现满足消费者对定制家居的个性化设计、空间展示、收纳功能、家居风格统一等多方面的需求。截至 2016 年 12 月 31 日，公司共有经销商近 1,000 家，经销商专卖店近 1,300 家。同时，公司也在提升核心家居卖场的布局力度、促进经销结构的优化、加强店面管理的精细化、提升经销商管理服务水平等方面取得成效。

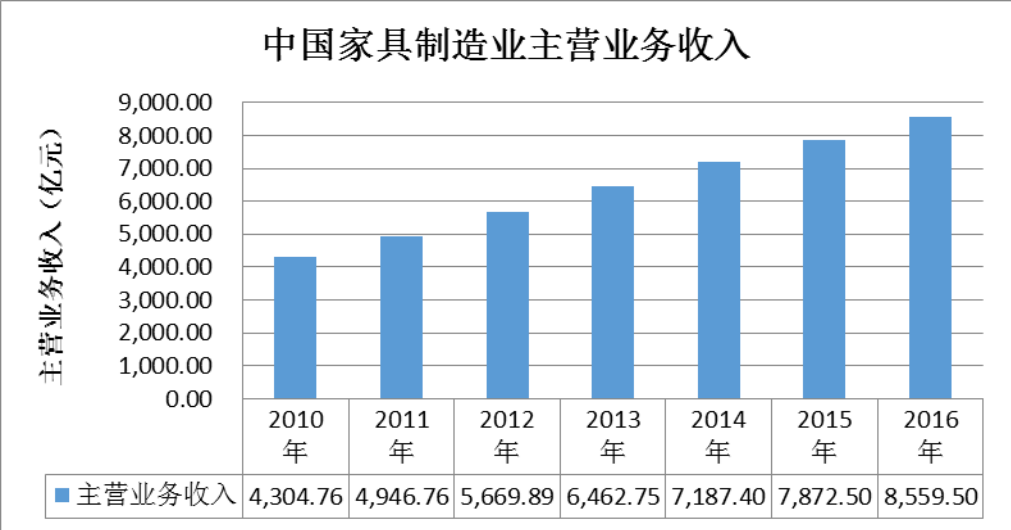
在定制产品生产方面，公司始终坚持健康、环保理念，引入国家保护级专利“MDI 无醛科技”，采用原态环保板材、生态胶，从基材到覆膜、辅料均符合国家环保标准。此外，公司采用“大规模定制”的生产模式，通过柔性化的生产满足终端消费者个性化的需求。公司实现了从店面设计下单到生产发货的无缝隙连接，有效提升制造端生产数据的处理效率。同时，公司 2016 年成功实施和使用 3D 云设计平台，有效地解放了终端运营、提升了设计效率，基于行业信息化特性及公司信息化的持续改善为全屋定制战略打下坚实的基础。

2.3 行业情况

2.3.1 家具行业的行业情况及发展趋势

我国城镇化、工业化、信息化进程的加快，有力地推动了家具产业的发展。伴随城镇化率的提高，城镇人口的持续增长必然带动住房刚需的持续放量。根据搜房网数据显示，中国每年装修房总量约为 2,000 万套左右，最终进一步推动家具需求的持续增加。城市化进程加快，人民收入水平不断提高，形成了强大的购买力，促进了我国家具行业的规模发展；同时，工业化与信息化的融合，促进了传统产业转型及改造升级，促进了我国家具行业从依靠成本竞争向提升服务水平、提高产品科技含量及产品附加值转变。

国家统计局的数据显示，2010-2016 年间我国家具企业销售稳步增长，2016 年度中国家具制造业主营业务收入突破 8,500 亿元大关。



数据来源：国家统计局

2.3.2 定制家具的行业情况及发展趋势

定制家具在欧美、日本早已流行。现如今的“定制”并不仅仅是家具样式的制作，而是涵盖设计、布置、制作工艺、物流等各方面的定制。近十几年来，大规模定制风靡国外制造业，也在国内掀起一阵浪潮，成为一种新的生产模式。大规模定制兼顾定制生产和大规模生产的优点，当客户能以合适的价格买到一些他们真正想要的产品后，就会希望对欲购买的其他产品也能定制。

家具属于耐用消费品，其不仅体现的是一种家庭物质需求，也是一种空间精神享受。因此，随着人们生活水平的提高，在选购家具时更具有个性化的需求。与成品家具相比，定制家具能为消费者量身定制，满足消费者个性化需求，具有明显的优势：

成品家具与定制家居优劣势对比		
项目	成品家具	定制家居
主要优势	1、款式美观，多种材质可选 2、样式已经确认，可现场购买实际产品 3、价格可能比定制家具稍低	1、款式新颖、尺寸可变、空间利用率高 2、整体风格与个性化需求结合更完美 3、规模化生产效率高、安装便捷 4、解决问题房型（多梁多柱、不规则）困扰
主要劣势	1、尺寸固定、空间利用率低 2、样式已经确定，较难匹配客户实际房型及装修风格整体统一	价格可能比成品家具稍高

定制家具主要消费群体为关注居家的整体生活艺术的中高端消费群体及自主设计意识增强的80、90后适婚人群，定制家居能充分展现出消费者对个性、时尚、舒适的追求；同时随着包括保障性住房在内的小户型住宅增多，定制家具又兼顾了实用性与空间利用率、时尚、舒适的追求。

定制家具虽然通过个性化设计等开拓了家具行业的 C2B 商业模式，并在近年实现了快速发展，但在我国仍处于发展初期，在我国家具市场的份额仍然较小。

预计未来伴随着中国城市化进程的加快发展，商品房成交量的不断扩大，及居民消费结构升级与消费观念向时尚，环保和多功能方向的转变，定制家具行业有望实现新的增长格局。与此同时，定制衣柜行业也进入竞争整合阶段，公司作为行业领军品牌之一，全面提供从卧室、到客厅的整个全屋家居的规模化定制，满足消费者的家居定制梦想。

作为身处定制家居行业的企业，需要在满足顾客个性化定制需求的同时，高效地进行生产。每个顾客即一个主体，每个顾客的需求均有差异，每个顾客微小的需求量即构成一个订单。因此企业的制造体系高度柔性化，必须适应宽阔的品种及订单范围，能够高效地实现品种切换和敏捷回应。定制家居的制造体系及发展方向，需要既有传统大规模制造模式下的“规模经济”，又体现“范围经济”（品种众多但制造成本不增、制造效率不减）。

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

单位：元 币种：人民币

	2016年	2015年	本年比上年 增减(%)	2014年
总资产	1,572,031,609.99	1,161,475,464.54	35.35	554,712,167.88
营业收入	1,433,028,172.15	1,081,982,094.17	32.44	901,027,875.12
归属于上市公司股东的净利润	252,265,362.37	162,439,675.10	55.30	141,326,697.11
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	241,119,057.03	153,197,428.80	57.39	138,772,902.57
归属于上市公司股东的净资产	1,158,668,082.05	947,958,219.68	22.23	380,562,310.28
经营活动产生的现金流量净额	365,029,362.07	214,459,858.75	70.21	162,999,701.57
基本每股收益（元/股）	0.86	0.58	48.28	0.64
稀释每股收益（元/股）	0.85	0.58	46.55	0.64
加权平均净资产收益率（%）	24.10	20.17	增加3.93个百分点	42.93

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	194,700,943.50	335,727,176.25	424,646,706.77	477,953,345.63
归属于上市公司股东的净利润	13,792,150.79	55,647,951.12	84,284,383.72	98,540,876.74
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	12,274,851.62	54,774,101.81	78,256,381.61	95,813,721.99
经营活动产生的现金流量净额	-27,535,515.95	159,815,592.25	91,707,789.23	141,041,496.54

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

☐适用 ☒不适用

4 股本及股东情况

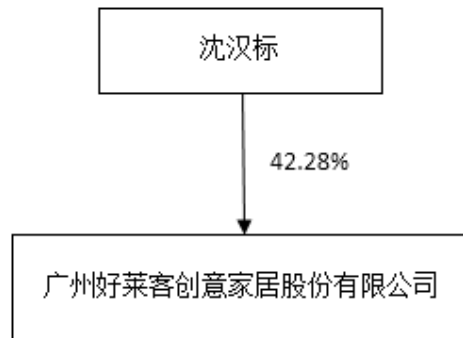
4.1 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末普通股股东总数（户）					8,787		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					7,805		
前 10 名股东持股情况							
股东名称 （全称）	报告期内增 减	期末持股数 量	比例 （%）	持有有限售 条件的股份 数量	质押或冻结情况		股东 性质
					股 份 状 态	数 量	
沈汉标	784,800	126,784,800	42.28	126,000,000	质 押	1,500,000	境内 自然 人
王妙玉	0	80,766,000	26.93	80,766,000	无	0	境内 自然 人
詹绵阳	-1,831,000	7,619,000	2.54	0	质 押	916,000	境内 自然 人
全国社保基金 四零四组合	4,242,327	6,724,313	2.24	0	无	0	未知

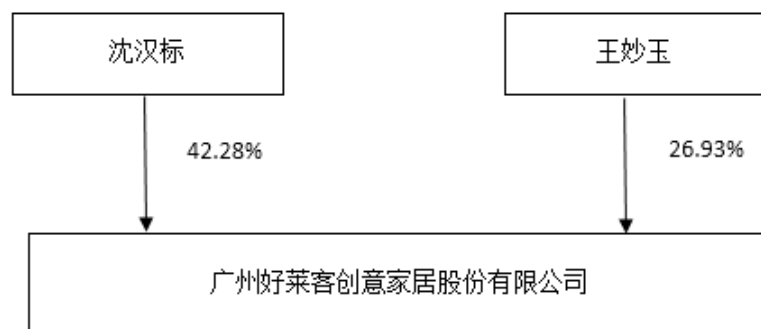
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



三 经营情况讨论与分析

1 报告期内主要经营情况

报告期内，在管理层及全体员工的共同努力下，公司实现营业收入、净利润等关键指标良性增长。2016 年公司实现营业收入 143,302.82 万元，同比增长 32.44%；归属于上市公司股东的净利润 25,226.54 万元，同比增加 55.30%。报告期内，公司经营业绩稳步增长，为公司 2017 年及以后健康、有效、持续发展奠定了良好的基础。

2 导致暂停上市的原因

☐适用 ☒不适用

3 面临终止上市的情况和原因

☐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

5 公司对重大会计差错更正原因及影响的分析说明

☐适用 ☒不适用

6 与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

☒适用 ☐不适用

本公司本期纳入合并范围的子公司如下：

子公司名称	持股比例（%）		取得方式
	直接	间接	
惠州好莱客集成家居有限公司	100.00	-	设立
广州从化好莱客家居有限公司	100.00	-	设立
广东定家网络科技有限公司	100.00	-	设立

本期合并财务报表范围及其变化具体情况详见本财务报表附注“八、合并范围的变更”和“九、在其他主体中的权益”。