

公司代码：603801

公司简称：志邦股份

志邦厨柜股份有限公司
2017 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 大华会计师事务所（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

经大华会计师事务所审计，公司 2017 年度实现净利润为 234,222,776.84 元，根据公司章程规定，提取盈余公积金共 19,348,407.57 元，加上期初未分配利润 369,246,741.21 元，扣除 2016 年度分配利润 50,400,000.00 元，可供股东分配利润为 533,721,110.48 元。

本公司 2017 年度权益分派方案为：以公司现有总股本 160,000,000 股为基数，向全体股东每 10 股派 6.0 元人民币现金（含税）。

二 公司基本情况

1 公司简介

公司股票简况				
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	上海证券交易所	志邦股份	603801	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	蔡成武	周珍芝
办公地址	安徽省合肥市庐阳工业区连水路19号	安徽省合肥市庐阳工业区连水路19号
电话	0551—67186564	0551—67186564
电子信箱	ccw@zhibang.com	ccw@zhibang.com

2 报告期公司主要业务简介

一、报告期内公司所从事的主要业务

公司主营业务为整体厨柜、衣柜等全屋定制家具产品的研发、设计、生产、销售和安装服务。

公司自成立以来，一直从事整体厨柜业务，经过多年打造，已形成六大产品系列，能够满足不同客户个性化的消费需求。近几年，通过“大定制”发展战略，已形成“志邦”、“法兰菲”、“IK”等众多品牌，产品品类包括厨柜、衣柜及全屋、木门，销售渠道分为加盟、直营以及国内外大宗业务。公司致力于为客户打造轻松、舒适、完备的整装家庭生活环境。

图表：公司主要产品

志邦厨柜产品分为美厨、名仕、御庭、爱尔兰、维也纳、凡尔赛 6 大系列 37 个品类 184 个色系；法兰菲全屋定制产品分为名仕、维也纳、凡尔赛 3 大系列 23 个品类 97 个色系；IK 整体定制产品分为现代、古典两大风格。

志邦厨柜



法兰菲定制



IK 整体定制



二、经营模式

公司一直以“更懂生活”的经营理念，从整体厨柜发展到全屋定制，不断丰富产品品类，形成“大定制”战略，力求为广大消费者提供优质的产品和服务。

在销售经营方面，销售渠道以加盟为主，直营为辅，同时大力开展国内外大宗业务。截止 2017 年 12 月 31 日，公司零售渠道网络遍布全国，经销商合计 1400 家，店面 1730 家。国内大宗业务以与龙头地产公司战略合作及全国业务代理相结合的模式，国际大宗业务涉足澳洲、美洲、非洲及中东等地区。

在生产制造方面，以销定产，采取自行生产为主，外协和 OEM 外包生产为辅的制造模式。公司拥有领先行业的规模级制造基地，通过先进的生产管理体系和完善的供应链保障，为定制产品提供了品质保证，也使得公司人均产出远高于同行业。同时为了保证外协和 OEM 的产品品质稳定，公司输入工艺标准、制定管理制度和检验标准，并以此对其进行长效定期的监控。

在品牌建设方面，公司形成多品牌组合体系，覆盖不同的消费群体。运用持续的明星矩阵加促销品牌化策略，通过央视新闻综艺双频道全年的高质量曝光、数字媒体内容化立体传播、深入终端的日常品牌塑造，共同打造了志邦品牌的差异化品牌形象。

三、行业情况说明

根据中国证监会《上市公司行业分类指引》(2012 年修订)，公司所处行业为“C21 家具制造业”；根据国家统计局《国民经济行业分类》(GB/T4754-2011)，公司所处行业为“C21 家具制造业”中的“C2110 木质家具制造业”。

1、定制家具的消费理念日益普及，市场地位将不断提高

随着我国中产阶级的数量急剧增加，中高端消费群体逐渐涌现。国内越来越多的消费群体开始关注居家的整体生活艺术，旧式的成品家具已不能满足消费者对个性化生活的追求，人们更喜欢在居家生活中加入更多自主的创意与特色，这使得人们对定制家具的需求呈现上升趋势。近年来，定制家具行业开始步入快速成长的发展阶段。

随着我国居民生活水平不断提升，80、90 后适婚人群逐渐成为消费主力，对家居环境的自主设计意识将日益增强，定制家具因兼顾了实用性与空间利用率，又能充分展现出消费者对个性、时尚、舒适的追求，从而走俏家具消费市场，市场地位将不断提高。

2、全屋定制成为行业发展主流趋势

随着人们对生活品质追求的提升，对居住环境舒适、个性化要求的加强，以及对家装便利性等要求的提高，消费者对全屋定制的需求亦日益增强，全屋定制成为行业发展主流趋势。全屋定制有利于合理利用居家空间、个性化款式和色彩搭配，也有利于行业实现按需生产，有效避免行业产能过剩的问题，减少木材浪费、有利于环境保护，具有良好的社会效益。全屋定制逐渐成为行业发展的主流趋势。

3、对产品的环保性要求逐步提高

随着居民生活水平不断提升，我国消费者越来越重视家具产品的健康环保特性，绿色家居理念深入人心。未来的中国定制家具行业，绿色发展形态和消费模式将成为新趋势。2015 年 1 月 1 日，新版《绿色建筑评价标准》正式实施，新标准将进一步规范绿色建筑行业的市场规则、竞争秩序，并带动整个产业链实现设计和技术创新。定制家具使用材料的环保与否，已成为消费者挑选定制家具产品的重要标准，成为企业在市场中生存和竞争的关键，越来越多的定制家具企业纷

纷加大了在产品绿色环保方面的投入。

4、产品销售渠道将日益多元化

由于定制家具行业市场竞争较为激烈，是否拥有优质、高效的销售渠道也成为定制家具企业能否在行业内成功立足的重要因素。定制家具行业传统的销售模式通过抢占实体店面资源，提升顾客实际体验效果来吸引消费者。掌握以家居卖场为典型代表的核心商圈优质店面资源，有利于保持定制家具企业的竞争优势。

近年来，随着电子商务的兴起，消费者的购物习惯也在发生改变，消费者愿意花费更多时间在互联网浏览挑选产品。电子商务模式不仅可以大量减少人力、物力消耗，从而降低了销售成本，还可以突破时间和空间的限制，使得交易的达成更加便捷，从而大大提高了销售效率。未来，电子商务模式将成为现有实体门店销售模式的有效补充。

5、行业集中度将逐步提升

目前，我国家具生产企业众多，行业集中度较低。未来随着家具行业不断发展，行业集中度将逐步提高，优势品牌将占据主导地位。品牌在经过较长时间的积淀后，逐步被消费者接受和推崇。消费者的这种消费心理本身就增加了对优势品牌产品的购买欲望，提升了优势品牌企业的市场竞争力。

定制家具企业要想在行业竞争中脱颖而出，并获取较高的毛利率，需要拥有鲜明的品牌定位和被广为接受的品牌内涵。因此，加强自主品牌管理和品牌建设，形成清晰的品牌定位和品牌内涵，通过提高产品的品牌附加值获取竞争优势，成为未来定制家具行业发展的重要趋势。

6、整体服务体系升级

随着《消费者权益保护法》等政策的出台、消费者维权意识的提高，加之定制家具产品的服务流程长、环节多、专业技能要求高，同时客户的体验及口碑效应在互联网时代下越来越被重视，只有做好售前售中售后整体服务，才能超越客户期望、赢得持续发展，才能在市场竞争中保持优势。这也促使了定制家具行业必然向强化服务转型。

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

	2017年	2016年	本年比上年 增减(%)	2015年
总资产	2,620,329,242.20	1,404,770,694.90	86.53	1,019,367,137.67
营业收入	2,156,875,383.12	1,569,992,665.37	37.38	1,188,415,151.62
归属于上市公司股东的净利润	234,222,776.84	177,790,814.09	31.74	132,382,291.95
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	225,100,454.44	163,862,951.97	37.37	125,101,084.79
归属于上市公司股东的净资产	1,699,511,406.72	666,322,628.50	155.06	522,131,814.41
经营活动产生	396,074,322.35	297,459,862.17	33.15	160,812,390.38

的现金流量净额				
基本每股收益 (元/股)	1.6730	1.4816	12.92	1.1032
稀释每股收益 (元/股)	1.6730	1.4816	12.92	1.1032
加权平均净资产收益率(%)	20.01	30.49	减少10.48个百分点	28.25

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	284,713,120.74	544,461,117.12	655,614,438.39	672,086,706.87
归属于上市公司股东的净利润	20,343,375.63	43,961,325.78	90,418,063.80	79,500,011.63
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	20,829,437.10	43,352,642.98	90,174,505.12	70,743,869.24
经营活动产生的现金流量净额	-81,167,858.37	213,830,648.47	19,045,421.20	244,366,111.05

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

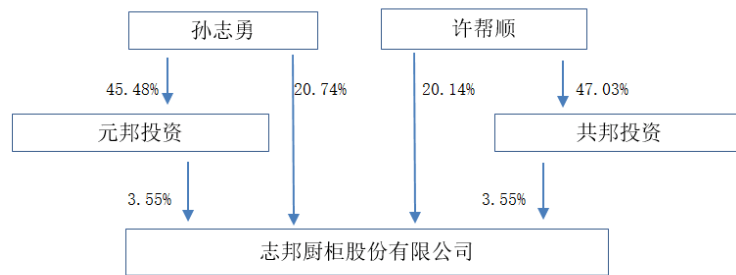
单位：股

截止报告期末普通股股东总数（户）					10,535		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					9,438		
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）					0		
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）					0		
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	
孙志勇		33,186,315	20.74	33,186,315	质押	1,595,000	境内 自然 人
许帮顺		32,220,000	20.14	32,220,000	质押	2,120,000	境内 自然

							人
尚志有限公司		11,999,999	7.50	11,999,999	无		境外法人
蒯正东		5,797,895	3.62	5,797,895	无		境内自然人
安徽共邦投资有限公司		5,684,211	3.55	5,684,211	质押	1,585,500	境内非国有法人
安徽元邦投资有限公司		5,684,211	3.55	5,684,211	无		境内非国有法人
中国银行一华夏回报证券投资基金		3,896,261	2.44	3,896,261	无		其他
孙家兵		3,865,263	2.42	3,865,263	质押	1,865,910	境内自然人
徐进中		3,865,263	2.42	3,865,263	质押	1,451,810	境内自然人
程云		2,898,947	1.81	2,898,947	质押	948,600	境内自然人
刘国宏		2,898,947	1.81	2,898,947	无		境内自然人
蔡成武		2,898,947	1.81	2,898,947	无		境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、在前述股东中，孙志勇、许帮顺为公司一致行动人，元邦投资为孙志勇控制的公司，共邦投资为许帮顺控制的公司。孙家兵为孙志勇之兄；2、其余股东之间是否存在关联关系，或者是否属于一致行动人未知						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

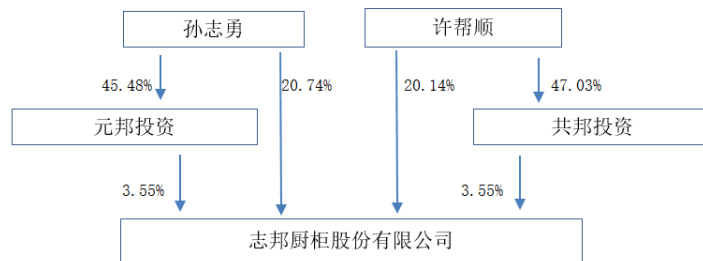
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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



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

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，在公司管理层及全体员工努力下，公司实现了营业收入、净利润等经济指标稳健增长。2017 年公司实现营业收入 215,687.54 万元，同比增长 37.38%；归属于母公司股东的净利润 23,422.28 万元，同比增长 31.74%。报告期内，公司取得了较好的经营业绩，为公司 2018 年及以后持续、快速、健康发展构筑了良好的基础。

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

本公司把合肥志邦家具销售有限公司、合肥志邦家居有限公司、合肥志邦木业有限公司 3 家全资子公司纳入合并财务报表范围。情况详见本报表注释合并范围的变更和在其他主体中的权益之说明。