

公司代码：603180

公司简称：金牌厨柜

厦门金牌厨柜股份有限公司
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 福建华兴会计师事务所(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

经福建华兴会计师事务所（特殊普通合伙）审计，公司 2017 年度实现归属于上市公司股东净利润为 166,748,221.45 元，提取盈余公积金 8,680,282.92 元，加上期初未分配利润 170,952,648.91 元，扣除 2016 年度分配利润 20,000,000.00 元，2017 年度实际可供分配利润为 309,020,587.44 元。

公司拟以实施 2017 年度分红派息股权登记日的总股本为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 8 元（含税），共计派发现金红利 54,000,000.00 元（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	上交所	金牌厨柜	603180	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	陈建波	李朝声
办公地址	厦门市同安工业集中区同安园集和路190号	厦门市同安工业集中区同安园集和路190号
电话	0592-5556861	0592-5556861
电子信箱	goldenhome@canc.com.cn	goldenhome@canc.com.cn

2 报告期公司主要业务简介

（一）公司主营业务 公司一直专注于提供整体厨柜的研发、设计、生产、销售、安装及售后等

整体服务，以“更专业的高端厨柜”为品牌发展战略、以“大规模定制化生产”为基础，采取“经销为主、直营及大宗业务为辅”的销售模式，为消费者提供高品质整体厨柜。



C4S



第五大道



塞纳河畔



四季阳光

（二）公司主要经营模式

1、采购模式 公司与主要供应商建立了紧密的战略合作关系，每年签订年度框架合同，根据实际需要下订单。随着采购模式逐渐成熟，公司通过缩短采购周期、针对板材等关键性原料根据价格波动设置适当库存等措施，合理安排生产，逐步降低库存、提高资金使用效率。

2、生产模式 公司生产模式为以销定产，通过公司的智能制造系统与大规模敏捷制造技术成果相结合，将订单以标准件及非标准件等方式进行模块化拆分，单一车间生产固定模块、多个车间配合生产，提高单一生产线的标准化水平，实现大规模定制。通过提升大规模定制能力，实现内部的专业化分工，形成高度柔性的生产体系，大幅提高了生产效率。

3、销售模式 公司采取经销为主的渠道发展模式，在国内部分核心战略城市保有一定的直营渠道，并辅以大宗业务、电子商务等销售模式。在此模式基础上，公司通过不断拓宽营销网络和推动营销创新，提升订单数量和订单单价。

（三）行业情况

根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司所属行业为家具制造业（C21）中的集成创新行业——定制家具行业。与成品家具相比，定制家具融合个性化设计服务、大规模定制、标准化安装、兼具现代服务业等鲜明特点，致力为消费者提供个性化家具解决方案。

1、定制家具市场规模快速增长 定制家具消费需求主要来自首次置业、旧房翻新和住宅精装修三个方面，而这三个需求点又共同受到消费升级、城镇化以及家具消费人口变化三个因素推动，定制家具的接受程度不断提高。

(1)生活水平提高带动定制家具消费意识增强。随着城镇居民家庭人均可支配收入的增长，生活水平提高对家具消费理念产生了较大影响，家具装修理念从最初讲究“实惠”、“实用”到注重格调品位、整体风格协调和效果转变，个性化装修需求越来越高，带动定制家具行业消费升级。

(2)城镇化水平逐年提升，为定制家具奠定良好基础。我国正处于城镇化快速发展时期，2017 年城镇化率为 58.52%，比上年末提高 1.17 个百分点，根据国务院发布的《国家新型城镇化规划（2014-2020）》，至 2020 年我国城镇化率达到 60%左右。城镇人口的增加使得购置新房添置新家具的需求增加，而且城镇人口对流行时尚潮流更加敏感，对定制家具的品牌、质量更加注重。

(3)定制家具受益家具消费人口结构变化。目前我国家具消费人口结构也在发生变化，80、90 后成为了家具消费的主力。80、90 后更注重家具产品的美观时尚、环保健康、质量等，而且在家庭装修上参与度也较高，有一定自主设计意愿，而定制家具正好契合其诉求，成为家具消费人口年轻化的受益者。

2、行业发展趋势

（1）智能制造个性化定制将成为家居产业的主流，制造业的核心任务已经从传统的扩大规模向如何满足用户的个性化需求、如何为用户提供全流程个性化体验、如何为用户提供更好的服

务方向转变。面对多样、快速变化的市场需求，建立智能化柔性协同生产成为企业核心竞争力。企业需要借助物联网、云计算和大数据等不断涌现的新技术，对制造系统进行柔性化、个性化改造，突破制约大规模定制化生产的关键技术，实现对市场的需求进行快速响应和调整。

（2）智能家居 2018 年政府工作报告提出“发展智能产业,拓展智能生活”，将推动人工智能技术的成熟以及商业化应用，智能家居将加速从“概念”向“落地”发展。同时，智能家居的应用领域从家电、安防等向家具扩展，智能厨房、橱柜等产品进入市场。但智能家居是一个“系统工程”，只做到部分家电、家具的智能化还远远不够，场景化体验才是大势所趋。

（3）全屋定制全屋定制的发展，是由消费者的需求逻辑所驱动的。房价上涨和居住空间小，使消费者期望更高效利用空间；而生活品位的提高，使消费者对整体效果、风格匹配提出更高要求。满足一站式采购、空间整体解决方案、整体设计等的全屋定制，将成为家具市场的必然趋势。但从单品定制到全屋定制，对定制家具企业而言不是单纯的品类延展，对企业的研发设计、技术工艺、信息技术、生产制造等提出较高要求。

3、市场竞争格局 目前中国家具行业集中度较低，具备绝对优势的全国性领导品牌尚未形成。2017 年多家定制品牌企业成功上市，并且借助资本市场加速渠道布局、整合产业链、延伸品类，获得远超行业的业绩增长，抢占中小企业市场份额。同时，地产、互联网、家电等企业纷纷跨界进入家装乃至家具行业，产品线逐步向家具行业延伸，将加剧家具行业竞争。此外，受益于消费升级，消费者对品牌、设计、售后服务等的关注，以及国家环保门槛的提高，中小家具企业的生存空间受到进一步挤压。预计受资本、消费升级等因素推动，家具市场份额将不断向全国性品牌集中。

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

	2017年	2016年	本年比上年 增减(%)	2015年
总资产	1,580,269,658.62	833,968,319.55	89.49	755,233,416.99
营业收入	1,441,967,104.74	1,098,888,659.84	31.22	783,511,108.22
归属于上市公司股东的净利润	166,748,221.45	96,225,330.27	73.29	47,337,639.93
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	136,655,163.54	81,176,145.56	68.34	36,827,174.75
归属于上市公司股东的净资产	858,362,997.34	283,635,794.45	202.63	200,809,209.5
经营活动产生的	357,384,800.88	249,093,553.14	43.47	189,053,584.54

现金流量净额				
基本每股收益（元/股）	2.78	1.92	44.79	0.95
稀释每股收益（元/股）	2.78	1.92	44.79	0.95
加权平均净资产收益率（%）	27.78	39.53	减少11.75个百分点	26.33

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	207,580,734.64	350,914,666.09	408,694,263.82	474,777,440.19
归属于上市公司股东的净利润	10,083,214.25	36,167,965.90	44,341,433.67	76,155,607.63
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	7,924,538.36	24,940,615.99	37,362,725.72	66,427,283.47
经营活动产生的现金流量净额	-50,720,003.93	117,166,582.53	97,063,334.71	193,874,887.57

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

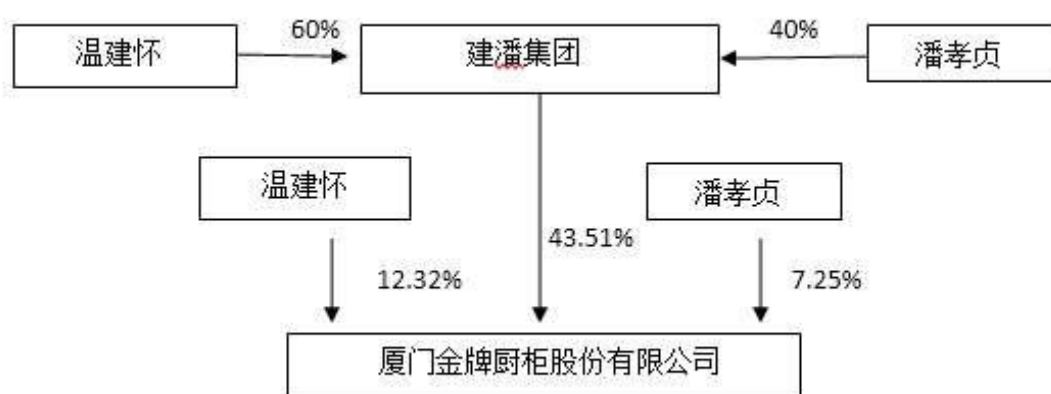
截止报告期末普通股股东总数（户）					8,276		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					7,530		
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）					0		
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）					0		
前 10 名股东持股情况							
股东名称 （全称）	报告期内增减	期末持股数量	比例 （%）	持有有限售条 件的股份数量	质押或冻结情况		股 东 性 质
					股 份 状 态	数 量	
建潘集团	0	29,150,531.00	43.51	29,150,531.00	质 押	2,340,000.00	境 内 非 国 有

							法人
温建怀	0	8,257,574.00	12.32	8,257,574.00	无		境内自然人
潘孝贞	0	4,856,179.00	7.25	4,856,179.00	无		境内自然人
温建北	0	2,428,089.00	3.62	2,428,089.00	无		境内自然人
潘美玲	0	1,941,436.00	2.90	1,941,436.00	质押	1,941,436.00	境内自然人
谦程初启	0	1,242,519.00	1.85	1,242,519.00	无		其他
赖大建	1,112,600.00	1,112,600.00	1.66	0	无		境内自然人
潘宜琴	0	973,307.00	1.45	973,307.00	质押	965,500.00	境内自然人
温建河	0	968,129.00	1.44	968,129.00	无		境内自然人
毕树真	707,980.00	707,980.00	1.06	0	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，建潘集团、温建怀、潘孝贞与其余股东之间不存在关联关系，也不属于《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。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

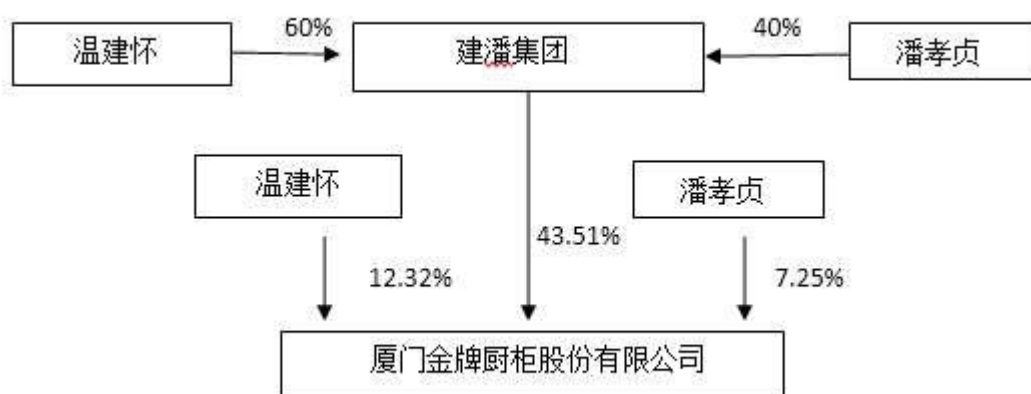
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

☐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

2017 年，在全体股东的支持下，公司董事会率领经营班子与全体员工，按照公司发展战略以及年度工作计划，较好的完成了 2017 年度经营目标，实现了公司快速发展，为公司持续、快速、健康发展奠定了坚实基础。2017 年公司实现营业收入 144,196.71 万元，同比增长 31.22%；实现归属于母公司所有者的净利润 16,674.82 万元，同比增长 73.29%。

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

详见本报告第十一节“财务会计报告”中第五部分“重要会计政策与估计”的第 33 点“重要会计政策和会计估计的变更”

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

报告期内，本公司合并财务报表范围及其变化情况如下：

序号	子公司名称	占股比	本期	上期
1	深圳市建潘卫厨有限公司	96.94%	损益及现金流合并（备注）	合并
2	陕西建潘厨卫有限公司	100%	合并	合并
3	杭州建潘卫厨有限公司	100%	合并	合并
4	上海建潘卫厨有限公司	100%	合并	合并
5	北京北信恒隆厨卫有限公司	100%	合并	合并

6	无锡建盈卫厨有限公司	100%	合并	合并
7	MIG S. R. L	100%	合并	合并
8	GOLDEN HOME INTERNATIONAL INC.	100%	合并	
9	泉州市泉信厨卫有限公司	100%	合并	合并
10	福州建潘卫厨有限公司	100%	合并	合并
11	厦门金牌厨柜安装服务有限公司	100%	合并	合并
12	江苏金牌厨柜有限公司	100%	合并	合并

备注：全资子公司深圳市建潘卫厨有限公司于 2017 年 12 月完成注销手续，本期将其 2017 年度利润表及现金流量表纳入合并范围。