

公司代码：603385

公司简称：惠达卫浴

惠达卫浴股份有限公司
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 天职国际会计师事务所（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

本公司 2017 年度利润分配预案：以 2017 年 12 月 31 日公司股份总数 284,151,111 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 3.00 元（含税），同时以资本公积金向全体股东每 10 股转增 3 股。此预案需提交公司 2017 年年度股东大会审议。

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	惠达卫浴	603385	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	王佳	马永平
办公地址	河北省唐山市丰南区黄各庄镇惠达路7号	河北省唐山市丰南区黄各庄镇惠达路7号
电话	0315-8328818	0315-8328818
电子信箱	info@huidagroups.com	myping@huidagroups.com

2 报告期公司主要业务简介

（一）公司从事的主要业务

公司是一家以满足消费者对高品质卫浴家居产品的需求为目标，通过产品的设计、研发、生产和销售，为消费者提供一站式卫浴产品综合解决方案的企业。公司产品主要包括卫生洁具和陶瓷砖，其中卫生洁具包括卫生陶瓷、五金洁具、浴缸、淋浴房和浴室柜，陶瓷砖包括内墙砖和地砖等。

公司主要产品介绍如下：

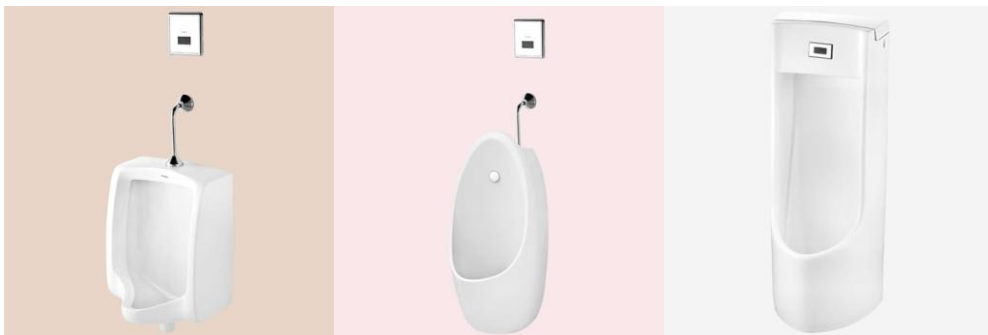
1、卫生陶瓷

公司的卫生陶瓷产品主要包括智能卫浴、坐便器、小便器和洗盆等。

智能卫浴产品列示



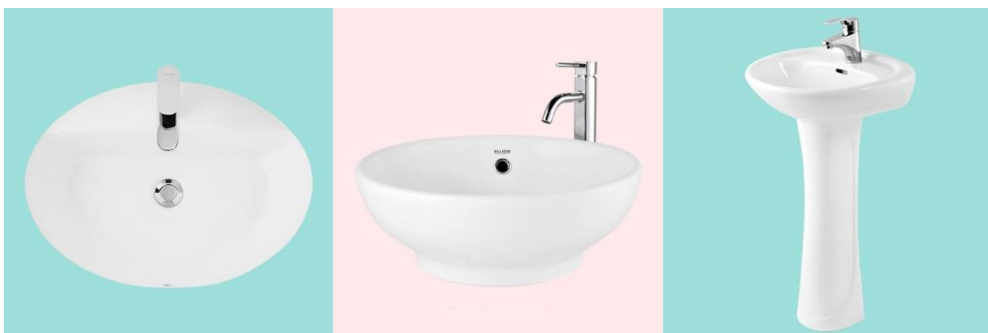
小便器产品列示



坐便器产品列示



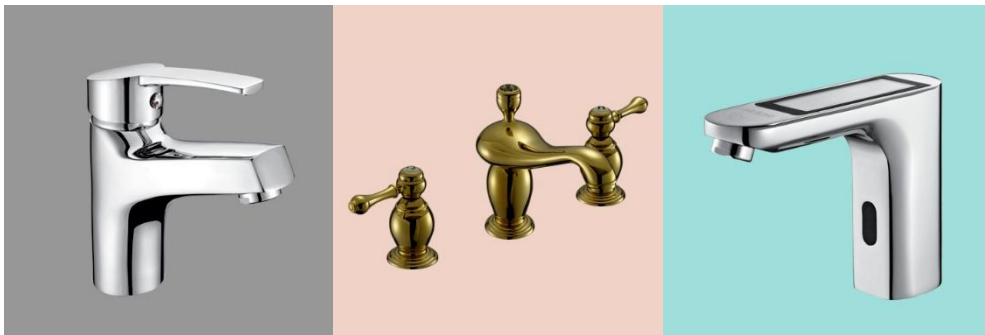
洗盆产品系列



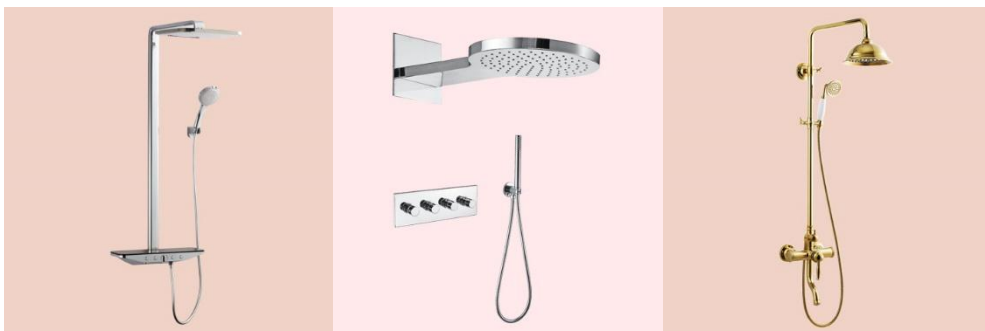
2、五金洁具

公司五金洁具产品主要包括水龙头、淋浴器和花洒等。

水龙头产品列示



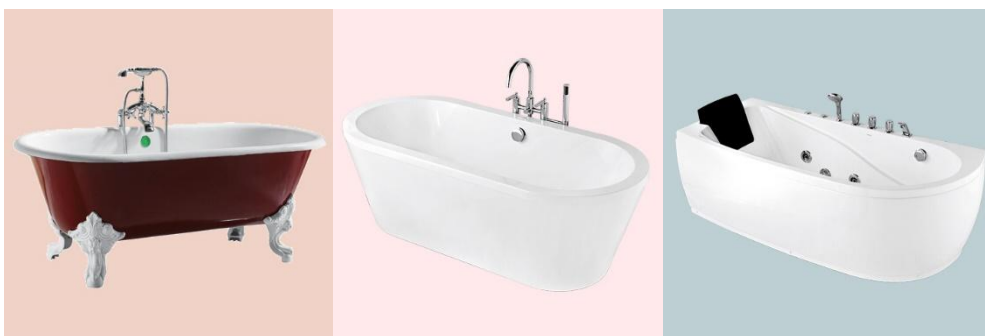
淋浴器、花洒产品列示



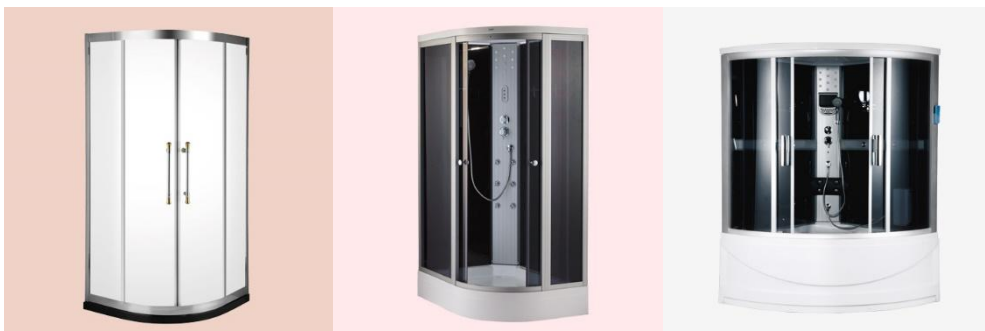
3、浴缸浴房

公司浴缸浴房产品主要包括浴缸、淋浴房。

浴缸产品列示



淋浴房产品列示



4、浴室柜

浴室柜产品列示



5、陶瓷砖

陶瓷砖产品列示



（二）公司经营模式

1、采购模式

公司采用长期采购与临时采购两种方式。对于大宗原材料，公司与主要供应商建立了长期合作关系，议定长期价格并对关键原料进行集中采购建立战略储备；对于用量较小的辅料、包装材料，根据具体需求综合考虑价格、质量因素实时采购。同时，公司建立了合格供应商名册，防止由于单个供应商出现突发事件影响公司正常生产。

2、生产模式

公司以自主研发生产的模式为主，外协加工为辅。供应链管理中心的 PMC 根据销售部提供的订单数据和市场数据进行预测研究，在结合公司整体的生产能力将制定年度生产计划和月度生产计划。PMC 根据经审批的生产计划、正式订单和成品库存量等情况制定具体生产实施方案。此外，公司还具有外协加工生产方式，外协厂商根据公司设计的严格要求进行加工生产，一旦产品验收合格后将通过本公司销售部对外直接进行销售。公司通常选取加工能力位于市场前端、信誉良好的企业作为外协厂商。对外协厂商的生产设备、质量标准、产品认证等多方面进行实地考察，以保证外协加工的产品质量不会造成对公司的信誉影响。

3、销售模式

公司销售模式分为经销模式和直销模式。经销模式主要是公司与经销商签订合同，给予经销商在特定区域销售其产品的权利，由企业向其供货，并允许其使用统一的商标、品牌等，经销商通过销售门店展示卫浴产品并销售给最终消费者。公司经销商分为境内经销商和境外经销商，并建立了完善的经销商管理体系。

直销模式是指公司直接与客户签订销售合同并向其销售产品，主要模式有：直接向房地产开发商等工程客户销售产品；通过电子商务平台设立网店进行产品销售；通过展会、展厅展示并销售产品。

4、经营模式

公司的经营模式分为 OBM、OEM、ODM 三种。在国内市场及部分海外发展中国家及地区，公司主要采取 OBM 经营模式，也是目前公司主要采取的经营模式。由于发展中国家及地区的卫浴市场竞争尚不充分，故公司以自有品牌生产产品，并以此品牌产品销售。该种经营模式有利于发挥客户的积极性，迅速扩大公司的市场份额，提升品牌形象。在海外发达国家及地区，由于当地卫浴市场竞争已相对充分，公司较多采取 ODM 与 OEM 的模式进行销售。

（三）行业情况说明

1、公司所处的行业

根据中国证监会 2012 年修订的《上市公司行业分类指引》，公司产品卫生陶瓷、浴缸浴房和陶瓷砖属于“C30 非金属矿物制品业”，五金洁具属于“C33 金属制品业”，浴室柜属于“C21 家具制造业”。

2、行业发展情况

（1）行业发展阶段

目前，国内本土卫浴品牌继续呈高速发展势头，涌现了以惠达为代表的一批全国性的本土卫浴品牌。这些本土卫浴品牌在与外资品牌的竞争中逐渐取得了部分高端市场份额。同时，外资品牌也逐渐加大向中端甚至低端市场的渗透力度，市场竞争日趋激烈。

2017 年，国内生产总值 827,122 亿元，比上年增长 6.9%，其中，2017 年全社会建筑业增加值 55,689 亿元，比上年增长 4.3%，占 GDP 比重 6.73%。全国城乡居民人均可支配收入实际增长 7.3%，跑赢了人均 GDP 增长。恩格尔系数从 2016 年的 30.1% 降到 2017 年的 29.3%，反映出居民消费结构在改善。（数据来源：国家统计局）

国务院常务工作会议李克强总理提出，2017-2020 年全国改造包括城市危房、城中村在内的各类棚户区住房 1800 万套，2017 年 600 万套棚户区住房改造已经完成，国家对保障房建设的大力投入和不断推进，为国内卫浴行业的发展提供了新的历史机遇。结构调整效应正在持续显现，新旧动能转换正在持续加快，市场主体活力正在持续释放，经济稳中向好，得益于中国城镇化程度的进一步提高、新一代消费群体追求品质生活带来潜在消费力的释放，同时得益于产业内部企业技术的革新、对消费需求的精准把握、营销理念的创新等方面的积极因素，卫浴行业发展迅猛，行业迎来消费升级的高速发展阶段。

据国家统计局数据显示，2016 年全国规模以上企业累计生产卫生陶瓷 2.08 亿件，同比增长 5.06%。2017 年中国瓷砖行业整体市场容量超过 5,000 亿，是全球最大的陶瓷砖产销市场。其中国内生产总量占世界总产量近 5 成，消费占比近 4 成。2017 年，全国瓷砖日产能 4,396.025 万平米，年产能 1,362,767.75 平米，产能比 2014 年下降 2.4%。（数据来源：陶瓷信息，陶业要闻摘要第 215 期）

（2）行业发展趋势

产品层面，在消费升级的带动下，卫浴产品升级已经成为行业发展的明显趋势，无论是高端品牌还是中低端品牌，都推出了智能化产品，此外，逐渐涌现以淋浴房和浴室柜为主的有限定制化产品。陶瓷行业相继推出大规格瓷砖、瓷抛砖等创新品类。

渠道层面，卫浴行业电商市场高歌猛进，随着线上线下进一步被打通，消费者迭代、个性化需求增加，网络销售呈现爆发式增长。同时随着房地产市场回暖及全国各地开始陆续出台全装修相关政策条例，工程渠道已成为了卫浴企业核心渠道之一。

品牌层面，和其他行业相比，卫浴行业品牌集中度较低，正面临淘汰落后产能、重新洗牌、提质增效的大变革。因此，行业领军品牌通过行业整合，将保持长期快速增长。另外，随着 80 后 90 后逐渐成为主流消费人群，其更加关注品牌，拥有品牌优势的行业领导品牌将快速占领消费市场，影响消费者选择。

3、行业的周期性

卫浴产品的生产和销售受国民经济发展、居民收入水平和房地产行业景气程度等因素的影响，具有一定的周期性。总体来说卫浴行业的周期与房地产行业的发展周期呈现出一定的相关性，但同时由于二次装修需求的大量存在，在较大程度上降低了房地产市场波动对卫浴行业的影响。

4、公司的行业地位

公司是我国最早从事卫浴产品生产经营的企业之一，较早通过了 ISO9001 国际质量体系认证，参与起草并修订了多项卫浴行业的国家和行业标准。“惠达”品牌自 2004 年起，连续 14 年被世界品牌实验室评为“中国 500 最具价值品牌”。

公司为我国卫浴行业的领先企业之一，尤其在卫生陶瓷细分行业，具有明显的竞争优势。根据《中国建筑卫生陶瓷年鉴》统计的全国卫生陶瓷总产量计算，2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司卫生陶瓷产量占全国卫生陶瓷总产量的比例分别为 3.43%、3.39%和 3.26%。

近年来，公司产品相继进入了全国政协礼堂、国务院外交部大楼、北京西客站、世博会场馆和国家体育馆等多个国家重点工程。此外，公司卫浴产品还获得了“中国设计红星奖”、“红棉中国设计奖”、“世界卫浴设计空间银奖”、“河北工业设计金奖”等多个奖项。

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	4,072,128,375.64	3,304,302,359.25	23.24	3,111,459,444.43
营业收入	2,748,201,453.35	2,277,472,866.66	20.67	2,231,746,194.95
归属于上市公司股东的净利润	226,627,786.38	210,146,708.65	7.84	80,816,227.47
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	206,746,174.20	175,353,068.26	17.90	63,269,429.52
归属于上市公司股东的净资产	2,995,136,416.11	1,935,064,516.17	54.78	1,868,770,507.52
经营活动产生的现金流量净额	263,549,670.58	349,050,356.47	-24.50	229,853,663.46
基本每股收益（元 / 股）	0.85	0.99	-14.14	0.38
稀释每股收益（元 / 股）	0.85	0.99	-14.14	0.38
加权平均净资产收益率（%）	8.48	10.94	减少2.46个百分点	4.37

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	572,708,655.21	758,628,785.38	735,455,251.78	681,408,760.98
归属于上市公司股东的净利润	39,931,220.03	68,708,094.44	69,117,490.81	48,870,981.10
归属于上市公司股东的扣除	37,687,701.80	63,124,295.77	66,758,697.39	39,175,479.24

非经常性损益后的净利润				
经营活动产生的现金流量净额	86,527,717.95	41,699,895.72	43,563,007.64	91,759,049.27

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

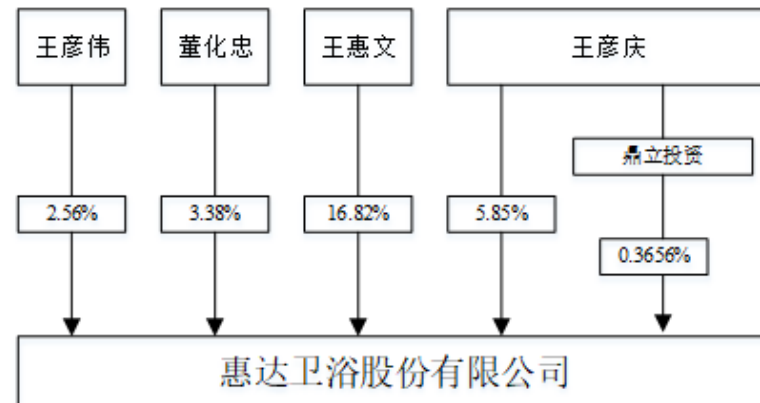
单位：股

截止报告期末普通股股东总数（户）					27,769		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					26,035		
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）							
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）							
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	
王惠文	0	47,782,464	16.82	47,782,464	无		境内自然 人
唐山市丰南区黄各 庄镇农村经济经营 管理站	0	38,433,798	13.53	38,433,798	无		境内非 国有法 人
唐山市丰南区鼎立 投资有限公司	0	30,103,008	10.59	30,103,008	无		境内非 国有法 人
王彦庆	0	16,619,950	5.85	16,619,950	无		境内自然 人
唐山市丰南区庆伟 投资有限公司	0	14,646,423	5.15	14,646,423	无		境内非 国有法 人
唐山市丰南区助达 投资有限公司	0	13,482,949	4.74	13,482,949	无		境内非 国有法 人
董化忠	0	9,610,547	3.38	9,610,547	无		境内自然 人
唐山市丰南区伟业 投资有限公司	0	7,852,911	2.76	7,852,911	无		境内非 国有法 人
王彦伟	0	7,271,283	2.56	7,271,283	无		境内自然 人
无锡恒泰九鼎投资 中心（有限合伙）	0	5,563,265	1.96	5,563,265	无		境内非 国有法

							人
上述股东关联关系或一致行动的说明	王惠文为王彦庆、王彦伟之父亲；王彦庆、王彦伟系兄弟关系；王惠文、王彦庆、董化忠、王彦伟为一致行动人。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

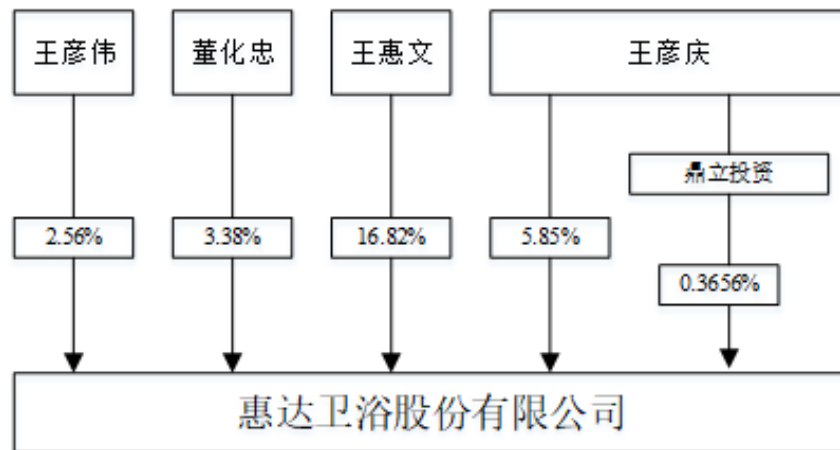
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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，凭借在研发设计、生产制造、销售渠道、品牌建设以及线上线下新零售运营等方

面的综合竞争优势，公司在 2017 年度实现了营业收入 2,748,201,453.35 元，较上年同期增加 20.67%；归属于上市公司股东的净利润 226,627,786.38 元，较上年同期增加 7.84%。报告期内，公司取得了较好的经营业绩，为公司 2017 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

（1）根据财政部《企业会计准则第 42 号——持有待售的非流动资产、处置组及终止经营》（财会〔2017〕13 号）的要求进行会计政策变更后，本公司自 2017 年 5 月 28 日采用《企业会计准则第 42 号——持有待售的非流动资产、处置组及终止经营》（财会〔2017〕13 号）相关规定，在合并及母公司利润表中区分“持续经营净利润”与“终止经营净利润”项目。

增加合并利润表“持续经营净利润”本期金额 254,151,539.75 元，增加合并利润表“持续经营净利润”上期金额 236,093,206.42 元；增加母公司利润表“持续经营净利润”本期金额 217,058,279.85 元，增加母公司利润表“持续经营净利润”上期金额 190,896,282.69 元。

（2）根据财政部《企业会计准则第 16 号——政府补助》（财会〔2017〕15 号）的要求进行会计政策变更后，公司自 2017 年 6 月 12 日起施行《企业会计准则第 16 号——政府补助》（财会〔2017〕15 号），自 2017 年 1 月 1 日存在的政府补助采用未来适用法处理。根据要求，公司在将合并及母公司利润表中的“营业利润”项目之上单独列报“其他收益”项目，将计入其他收益的政府补助在该项目反映；本公司自 2017 年 1 月 1 日采用《企业会计准则第 16 号——政府补助》（财会〔2017〕15 号）相关规定，采用未来适用法处理。将自 2017 年 1 月 1 日起与日常活动相关的政府补助，从利润表“营业外收入”项目调整为利润表“其他收益”列报，比较数据不予调整。

调增合并利润表“其他收益”本期金额 12,502,849.32 元，调减合并利润表“营业外收入”本期金额 12,502,849.32 元；调增母公司利润表“其他收益”本期金额 12,492,949.32 元，调减母公司利润表“营业外收入本期金额”12,492,949.32 元。

（3）自 2017 年 1 月 1 日采用财政部《关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2017〕30 号）相关规定，在合并及母公司利润表中新增“资产处置收益”行项目，并追溯调整，

将部分原列示为“营业外收入”及“营业外支出”的资产处置损益重分至“资产处置收益”项目，比较数据相应调整。

调增合并利润表“资产处置收益”本期金额 66,319.04 元，调增上期金额 1,320,352.22 元，调减合并利润表“营业外支出”本期金额 92,450.72 元，上期金额 0 元，调减合并利润表“营业外收入”本期金额 158,769.76 元，调减上期金额 1,320,352.22 元；调增母公司利润表“资产处置收益”本期金额 47,544.40 元，调增上期金额 1,320,352.22 元；调减母公司利润表“营业外支出”本期金额 52,521.17 元，上期金额 0 元，调减母公司利润表“营业外收入”本期金额 100,065.57 元，调减上期金额 1,320,352.22 元。

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范围包括母公司、10 家子公司和 3 家孙公司，与上期相比增加 1 家子公司和 3 家孙公司，具体情况详见附注九“在其他主体中的权益说明”。