

证券代码：002713

证券简称：东易日盛

公告编号：2019-023

# 东易日盛家居装饰集团股份有限公司

## 2018 年年度报告摘要

### 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。

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：以未来实施分配方案时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 8.80 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 6 股。

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	东易日盛	股票代码	002713
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	管哲		
办公地址	北京市朝阳区酒仙桥北路甲 10 号院电子城 IT 产业园 C3B 座东易大楼		
电话	010-58637710		
电子信箱	dyrs@dyrs.com.cn		

#### 2、报告期主要业务或产品简介

公司主要从事面对个人客户的整体家装设计、工程施工、主材代理、自产的木作产品配套、软装设计及精装后的家居产品等系列服务。

公司的“有机整体家装解决方案”相较于传统家装概念在深度和广度上都进行了创造性延伸，主要表现为：通过以生活方式规划为入口，以风格创意设计为主线，以家装产品开发、装饰材料、装饰产品系统配套为依托，以家装服务、工程施工为手段，对家庭装饰的各个环节进行有机整合，最终实现完美、和谐的装饰效果，安全、环保的空间环境，进而创造出更加美好的生活方式。

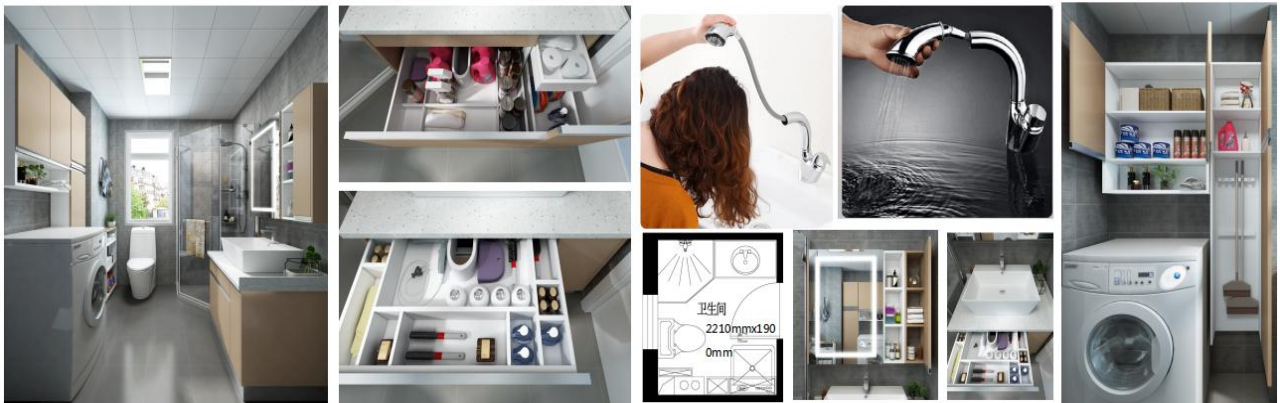
公司开发的整家产品通过生活方式，设计风格的研究和客户需求的数据积累，对不同人群家庭生活的个性化生活方式进行归纳总结。通过标准化功能空间生活方式规划和个性化功能空间生活方式规划，使整家产品更赋有人文关怀和生活情趣。

除了门厅、客厅、卧室、以及常规厨房、卫生间的生活方式以外，公司也为家居特定空间以及为实现特定功能研发设计了多种生活方式。

**1) 开放式厨房的生活方式：**解放台面空间，墙面高效集纳释放台面，为烹饪者留出更大的拍摄及操作空间，让食物也体现出自有的美感；辅助灯光，吊柜底灯照亮台面操作更安全；无毒陶俑红神秘而诱惑的颜色，刺激味蕾激发烹饪灵感。



**2) 快节奏洗手间的生活方式：**自主研发工具收纳柜实现海量收纳，让化妆更有序，还原整洁浴室空间；台盆上的提升抽拉龙头，匆忙中也可以解决洗发问题，让家人随时保持靓丽发型；触摸式按键的美颜镜，亮度可随心调节，360°的均匀光线，让肌肤呈现完美妆容。



**3) 二孩儿童房的生活方式：**突破常规的全屋定制多功能家具，开启全能收纳模式。“平等的爱，他有你也有”，合理规划空间资源，合理的安排双人学习区域及学习用品收纳让孩子们一起学习，相互陪伴，快乐成长。



**4) 百变功能生活方式：**阳台上的健身会所——瑜伽球、瑜伽垫、哑铃、拉背器、健腹轮、跑步机、动感单车等健身器械统统有序收纳。功能休闲空间——家人一起回忆旅行的愉悦，旅行日志、照片墙记录着每一处的风景和沿途的故事。





**5) 客厅多宝阁里的生活方式：**厅书柜是旅行纪念品的核心收纳区，记录着每次旅行的记忆，每一处都彰显着主人的爱好，个性和品味。爱美食更爱运动——餐桌轻轻一抬随时随地瑜伽、舞蹈、普拉提，足不出户的健身体验。



**6) 小户型里的生活方式：**角色切换全屋定制折叠家具，巧妙解决了居住空间局限的问题。一键切换客厅，一键切换卧室，简洁又不缺设计感；宜减不宜繁，宜藏不宜漏，多层隔板设计提供了丰富收纳空间；一抽一拉随意翻折，横空而出学习及就餐区域，满足主人对家居空间的多重需求，超薄鞋柜能满足28双鞋的同时收纳。



**7) 宠物阳台的生活方式：**利用阳台上下水制造贵族萌宠的独立清洁区，主人可以轻松愉悦的清理排泄物啦！吃、喝、用、玩这里都有，天生爱动的宠物猫咪，即使少了主人的陪伴，也能告别孤单。





公司多年来坚持以“装饰美好空间，筑就幸福生活”为使命，以“成为最受尊敬的卓越的家装品牌运营商”为愿景，以“专业的整体家装解决方案供应商”为定位，努力成为中国最具规模、最具品牌影响力、专业领先的家装产业集团。

公司业务的主要品牌有：东易日盛装饰、原创国际设计、速美超级家、睿筑豪宅装饰、东易日盛精装、集艾室内设计、邱德光设计、创域家居（关镇铨）等。

“东易日盛装饰业务”（包括东易日盛装饰和原创国际设计，简称A6业务）是公司的传统业务与中坚业务，主要以“有机整体家装”为导向，以生活方式规划为切入口，以基于系统研发的有机家装风格体系“意十流”为设计基调，注重以定制化产品满足客户个性化需求。在项目施工方面，公司以高限的环保标准和先进的工艺工法为保障，先后推出了“八级质量保证”体系、“HDS报价系统”、“电子点选派工系统”、“远程可视监理系统”、“微信过程管控”、“8+28企业标准”、“劳务及监理的客户满意度评价系统”等，建立了“质量、安全、时间控制、客户满意”四个方面的考核指标，大大提高了公司家装施工环节的标准性、规范性。





“速美超级家”，是公司近年着力打造的产品化、互联网化的家装业务。主要面向追求精致生活品质的客户群体，以互联网的思维深度整合家装业务，拥抱新技术改造传统业务流程，以数字化设计直击行业痛点，以“所见即所得”的服务理念为客户提供极致家装体验，以追求产品颜值高、前台个性化、后台标准化、人性化设计生活方式、产品化的高品质整体家装为目标。



“睿筑”业务的开启标志着公司已经进入高端别墅市场，在保留原创别墅装饰业务的基础上，开辟了新的细分市场业务。“睿筑”品牌专注为国内外顶层财智人士搭建专业化的豪宅别墅装饰整合服务，同时睿筑业务着力打造大宅项目交付服务平台，为业内同行赋能，通过整合设计资源、供应链、项目管理、工程施工，提升业内同行的交付能力。



“精装”业务以数字化建设为核心，专业给客户id提供绿色、健康、科技的装饰产品，通过自身潜心研发在装配式、DIM+、新型材料、健康科技等方面实现技术突破，在酒店、住宅、办公、医疗装饰装修领域为客户提供独特价值。现阶段以定制化精装为主，未来将以此确保业务基量，并持续开拓产业化精装、装配式精装，以做大业务增量。





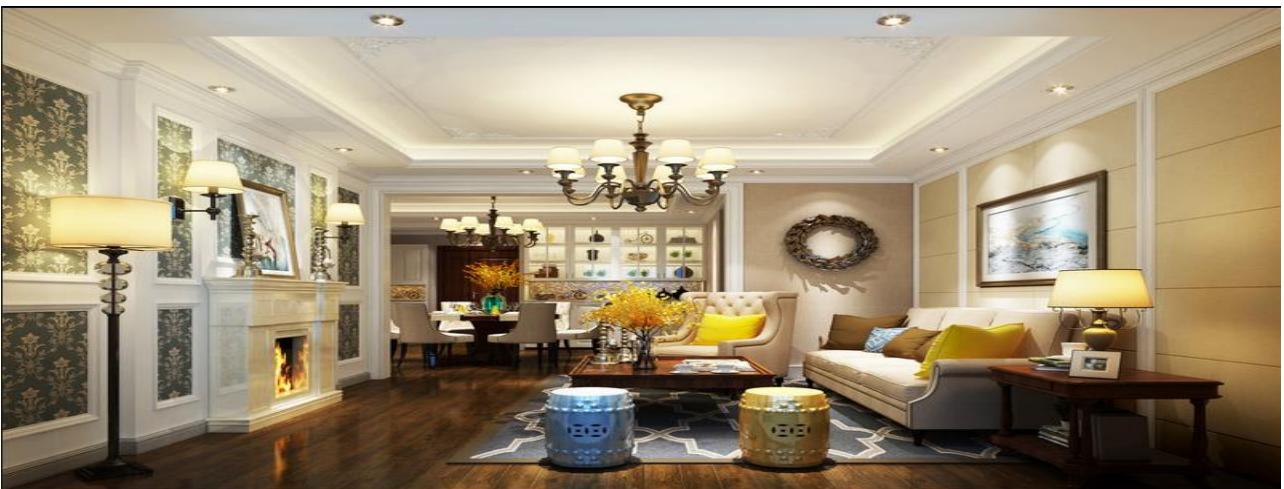
“集艾室内设计”于2015年纳入公司旗下，致力于从事顶级商业地产、酒店及度假村、高端会所、超高层办公楼等高级定制化设计服务，与众多一线地产公司和国际酒店管理集团都建立了长期稳定的战略合作关系，未来将通过设计分所制的策略在北方地区和华南地区开展业务。



“邱德光设计”于2017年纳入公司旗下，灵魂人物邱德光先生被誉为中国设计界领军人物，三十年来致力于两岸三地顶级室内设计的钻研，开创了极具特色的新装饰主义设计风格，业务范围定位顶级豪宅及高端楼盘样板间、会所商业空间，未来将开拓设计产品化，精装订制型业务范围。



“创域家居（关镇铨）”于2016年纳入公司旗下，属于家装套餐产品，客户定位为新都市白领,主打产品“999智能精装”套餐，通过整合一线高端主材品牌,为客户提供整体家装解决方案，业务范围集中在上海及周边区域，以“海派设计+智慧家装”的套餐模式占领区域市场，并逐渐扩展整个长三角地区。



另外，公司还有配套业务如家俱、经贸、易日通供应链、盛可居、设计研究院、产品开发事业部、信息化开发及运维事

业部，在支持和辅助公司形成涵盖家装产品开发、住宅装饰设计、施工、主材代理、自营木作产品配套体系的全产业链的商业模式的同时，完善了面向家装行业的送装及信息化等多方面的增值服务，进而为提升行业交付能力的战略方针奠定坚实基础。

除家装全产业链的商业模式外，公司主要经营模式还包括体验式营销模式、直营连锁模式、特许加盟模式、BBC定制精装模式、劳务分包的施工作业模式以及集中、批量采购的采购模式。

体验式营销模式体验式营销的优势在于将家装效果体验的环节大大前置，通过模拟生活情景的家装环境展示，使消费者能够置身其中，切实体验产品的品质与品位，唤起消费的冲动和信赖。随着新技术的应用，家装行业的体验式营销手段也在逐步丰富。目前公司正在加大研发力度，研发包括DIM+数装美居系统、VR体验系统等增强客户体验，公司运用全方位的体验营销策略，整合多种体验营销渠道，全面覆盖消费者在家装消费方面的感官体验。

直营连锁模式家庭建筑装饰业务的直营连锁是指采用总、分公司的组织形式，通过服务标准化、管理规范、品质一致化等服务体系，在全国市场推广实施“有机整体家装解决方案”，做到了组织架构、管理流程、施工材料和工艺体系的高度一致性。

特许加盟模式公司特许加盟模式是指向被特许人输出管理模式，提供专业化的培训、规划、督导等方面的支持，并帮助被特许人搭建属于自己的产品整合体系、专业知识体系和企业文化体系。

BBC定制精装模式是指由公司作为整装服务商通过地产商直接面对购买该地产楼盘的消费者，根据消费者需求完成标准化和个性化相结合的整装方案。

劳务分包的施工作业模式由于家庭建筑装饰行业的经营特点，公司除工程管理和质量监理等在册员工外，最近三年，公司家庭建筑装饰业务的施工作业均与具备《建筑业企业资质证书》和《安全生产许可证》的合法劳务公司签订《施工劳务分包合同》，采取劳务分包的施工作业方式。

集中、批量采购的采购模式，装修业务需用的原材料品类多、工序复杂，配套使用的主、辅多达数百种，公司与生产厂家建立长期稳定的产品供应渠道与合作关系，同时对供货商按不同级别进行分类管理。公司总部收集分子公司及加盟商、合作商的采购订单，向材料供应商集中、批量采购，有益于提升规模效应，降低采购成本。

公司成立以来，深耕家装市场，共获得各类奖项百余项，2012年被中国建筑装饰协会、中国指数研究院评定为“2012中国家居产业百强企业家装第一名”；2013年荣获中国连锁经营协会颁发的“2012年度中国特许经营创新奖”；2016年被评为“业主喜爱的装饰公司品牌”，2017年公司成功入围中国上市公司财务安全500强榜单，位列500强第91位，成为唯一入围百强的家装企业，2018年3月15日，公司荣获中国质量检验协会颁发的“全国产品和服务质量诚信示范企业”及“全国行业质量领先品牌”称号。良好的品牌形象和众多的奖项为公司赢得了巨大的市场声誉和卓越的竞争优势，成为家装领域首家A股上市公司。近年来，公司通过技术革新、管理优化，向高科技、数字化不断转型。

### 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：人民币元

	2018 年	2017 年	本年比上年增减	2016 年
营业收入	4,203,392,411.92	3,612,493,372.70	16.36%	2,998,905,933.11
归属于上市公司股东的净利润	252,646,018.04	217,576,708.34	16.12%	172,870,785.70
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	213,961,989.23	202,282,859.20	5.77%	169,483,167.12
经营活动产生的现金流量净额	204,901,266.96	569,391,122.77	-64.01%	446,709,248.11
基本每股收益（元/股）	0.97	0.86	12.79%	0.69
稀释每股收益（元/股）	0.97	0.86	12.79%	0.69
加权平均净资产收益率	21.48%	21.05%	0.43%	17.46%
	2018 年末	2017 年末	本年末比上年末增减	2016 年末
资产总额	3,303,432,780.67	3,548,059,608.25	-6.89%	2,658,774,546.77

归属于上市公司股东的净资产	1,192,351,308.15	1,319,092,273.33	-9.61%	1,044,141,107.12
---------------	------------------	------------------	--------	------------------

## (2) 分季度主要会计数据

单位：人民币元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	717,058,734.44	1,092,927,910.94	1,130,017,303.78	1,263,388,462.76
归属于上市公司股东的净利润	-62,072,058.24	73,043,757.66	73,499,403.55	168,174,915.07
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-62,745,077.39	59,827,836.35	70,883,791.19	145,995,439.08
经营活动产生的现金流量净额	-19,725,177.94	266,036,659.10	90,384,179.43	-131,794,393.63

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、股本及股东情况

### (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	11,904	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	12,344	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	
北京东易天正投资有限公司	境内非国有法人	61.60%	161,798,714	161,798,714	质押	28,000,000	
天津晨鑫商务咨询有限公司	境内非国有法人	3.12%	8,208,244	6,805,444			
中国工商银行—嘉实策略增长混合型证券投资基金	其他	2.31%	6,070,399	0			
陈辉	境内自然人	1.81%	4,757,200	4,620,000			
杨劲	境内自然人	1.81%	4,757,200	4,620,000			
#李雪虹	境内自然人	1.71%	4,492,914	0			
万科链家（北京）装饰有限公司	境内非国有法人	1.60%	4,205,041	2,802,241			
李永红	境内自然人	1.37%	3,600,000	2,700,000			
中国工商银行股份有限公司—嘉实企业变革股票型证券投资基金	其他	0.99%	2,594,517	0			
中国建设银行股份有限公司—中欧价值发现股票型证券	其他	0.84%	2,200,967	0			



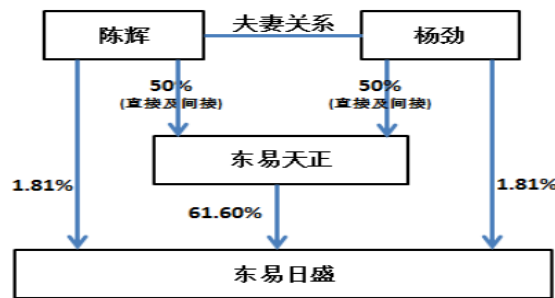
投资基金					
上述股东关联关系或一致行动的说明	股东陈辉先生通过直接和间接方式合计持有股东东易天正 50% 的股权；股东杨劲女士通过直接和间接方式合计持有股东东易天正 50% 的股权。陈辉先生与杨劲女士为夫妻关系，是一致行动人关系。				
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	前 10 名无限售条件股东李雪虹、董敏通过信用账户分别持有公司股票：4,492,914 股、1,363,900 股。				

## （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



备注：陈辉先生合计持有东易天正50%股权，其中：个人直接持有25%股权，通过个人独资企业上海宸溧商务咨询事务所（2018年11月设立）间接持有25%股权；杨劲女士合计持有东易天正50%股权，其中：个人直接持有25%股权、通过个人独资企业上海琛邃商务咨询事务所（2018年11月设立）间接持有25%股权。两人为一致行动人，合计持有东易天正100%股权。

## 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

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求  
是

装修装饰业

公司需遵守《深圳证券交易所行业信息披露指引第 6 号--上市公司从事装修装饰业务》的披露要求

家装行业“大行业、小企业”的格局明显，《2018中国建筑装饰蓝皮书》数据显示，2017年住宅装修装饰全年完成工程总产值1.91万亿元，比2016年增加了1300亿元，增长幅度为7.30%。家装行业市场空间广阔，同时由于进入门槛不高，企业数量众多，市场集中度低。另外，在万亿级市场空间的吸引下，近年来部分跨行业公司纷纷进入家装市场，如不少地产商、建材商、家居企业、电商巨头等也开始进入家装行业。整体来看，家装行业企业数量逐步减少，集中度在提升，根据前瞻产业研究院发布的《2017-2022年中国建筑装饰行业发展前景与投资战略规划分析报告》数据显示，2016年我国建筑装饰企业数量继续减少，行业内企业总数在13.2万家左右，比2014年减少了约0.3万家，比2011年减少了约1.3万家，呈现出行业集中度逐步提升的态势。

未来家装行业将呈现几个新趋势：1)一站式整装将成行业未来趋势；2)二次装修（存量房市场），为中国家装市场注入

新活力：3) 随着都市圈的不断扩容，住房及相关支出需求仍持续增长；4) 精装房装修市场空间巨大，家装市场新增长点“定制精装模式”开始落地；5) 客户消费主导意识不断增强，提升客户体验成为家装业务发展新目标；6) 家装市场供应链面临整合，集中度将加快提升；7) 幸福产业发展态势良好，家装市场发展前景广阔。

详细内容见本公司2018年度报告全文的第四节经营情况讨论与分析中的“公司未来发展的展望”部分。

报告期内，公司业务规模和营业收入均保持良好增长态势。2018年公司实现营业收入420,339.24万元，比2017年361,249.34万元，增加59,089.90万元，增长16.36%，主要是家装业务增长所致；2018年归属于上市公司股东的净利润25,264.60万元，比2017年21,757.67万元，增加3,506.93万元，增长16.12%。截至2018年末，公司资产总额330,343.28万元，较去年同期354,805.96万元，下降6.89%，主要是支付被收购公司承诺期股权款及购买集艾设计20%的少数股东股份所致。公司负债总额200,011.00万元，较去年同期210,359.65万元，下降4.92%，主要是支付被收购公司承诺期股权款所致。资产负债率60.55%，较去年同期59.29%，增长1.26个百分点。公司所有者权益130,332.28万元，其中：归属于母公司所有者权益119,235.13万元，归属于母公司所有者权益较去年同期下降9.61%，主要是购买集艾设计20%的少数股东股份所致。

报告期内，A6业务核心竞争能力建设工作稳步推进，2018年完成产品力九宫格体系的打造、提成系统开发完成并在全国各家分公司使用；为了更好的服务客户，2018年后台信息化系统、产品运营系统持续开发并落地应用，“劳务及监理的客户满意度评价系统”、“事事明工序管理”、“事事明安全施工管理”、“DIM+水电系统应用”等项目的成功应用，打造了信息化全流程服务体系，建立了“质量、安全、时间控制、客户满意、DIM水电应用”五个方面的考核指标，大大提高了公司家装施工环节的标准性、规范性、准确性。同时与链家展开合作，围绕链家购房客户制定转化策略，提升签约公司的转化率，助力分公司业绩的提升，实现了产值、收入、贡献的全面增长。

速美业务经历前期的系统磨合，系统化交付运营体系日趋完善，通过系统运作保障了直营体系按质、准时高效交付，同时持续进行线上培训及店面实地培训，提升操作人员专业能力，保证店面运营工作的精细化推进。此外，持续迭代现有套餐产品，在稳步提升速美的准时交付率和客户满意度的基础上，实现了收入的快速增长。在安全环保方面，公司将静电粉末喷涂技术应用到家装木作产品的喷涂上，从而有效抑制了甲醛、苯等有机挥发物及铅、汞等重金属，真正有效的实现了“无毒定制家装”，既保护家人健康同时益于环境保护。

精装业务对装配式和DIM+系统进行了深度开发和研究，完善了住宅、医院、酒店和办公的应用场景开发，初步建立了整套数字化装饰建设体系。目前在施的钢结构装配式项目首钢示范小区被评为三星级绿色建筑、住宅产业化试点工程，在国内具有里程碑意义。

睿筑业务从大宅生活方式入手，通过DIM+系统应用导入，在项目管理和客户服务环节做透做实，为专业、高效的大宅整体方案供给奠定了坚实的基础，实践中赢得了服务客户的一致好评。

经贸业务主材配套业务面对市场下滑，成本攀升的不利局面，开源节流，集采增效，在产品运作上，不断优化产品结构，在内部运营上，通过实施PMC管理，优化采购模型，使全年主推产品库存周转进步一提升。

家俱业务在环保压力下保证了稳定生产，成功签约并启动第二工厂建设，通过了高新技术企业认证，全面打通并完善了市场零售体系，此外，在实现低温静电粉末喷涂技术在家俱木作产品上全面应用的基础上又试验成功并应用了水性漆工艺，进一步提升产品环保标准。2018年通过对内加强精益化生产，严控成本费用，对外提升客户服务与支持，强化自身市场开拓能力，实现了贡献能力的大幅增长。

易日通业务是近年公司面向泛家居领域搭建的仓储、配送、安装平台，目前完成的5个仓储物流城市的行业云仓、干线物流班车、送装一体化全国48小时上门及48小时完工等服务，已实现稳定的效率；逐步建立了行业数字化标准如各品类货物周转率、配送频次等，以促动行业供应链效率的不断提升和成本下降。另外还初步联合国内知名品牌商搭建了泛家居材料交易平台，使买方和卖方无中间环节交易。

随着“一站式”整装模式的兴起，客户对整体软装解决方案的需求日益旺盛，软装市场环境趋于成熟。报告期内，公司软装业务正式启动，一方面从内部硬装向软装拓展，另一方面发展精装后的软装业务，不断落实全案模式，将设计、工程、产品、软装四位一体全面衔接落地。目前全国在职的软装设计师50多名，平均从业经验4年以上；软装业务合作超百家优质企业，涵盖家具、灯饰、窗帘、地毯、配饰、挂画、装饰品等；拥有行业内最优质的软装人才资源，包括设计、色彩、风格、产品等多方面的行业专家，能够满足客户多样化的软装需求。

在家装设计方面，公司始终致力于满足人们对美好生活的向往，给更多的人用好设计、享受好生活，通过多年来的持续摸索并不断突破，近年来完成了“家”到“生活”的转化。A6品牌主要以“有机整体家装”为导向，以基于系统研发的有机家装风格体系“意十流”为设计基调，且注重强调基于生活方式设计的个性化定制家具；速美超级家定位为高性价比家装业务，通过公司自主研发的DIM+数装美居系统，根据客户的房型对标准化的家装套餐产品进行微调，即可高效率、精准地完成设计工作，实现客户通过极富有竞争力的价格购买到高价值的家装产品。为了更好地培育设计人才，传播设计文化，2018年东易日



盛举办了东易红·创未来首届设计大赛，借此平台，将挖掘更多优秀设计人才，激发设计师不断进取，提高设计创新能力和设计成果转化能力，发挥更大设计效能，更好地为客户创造品质生活。

在项目施工方面，公司以高限的环保标准和先进的工艺工法为保障，先后推出了“八级质量保证”体系、“HDS报价系统”、“电子点选派工系统”、“远程可视监理系统”、“微信过程管控”、“8+28企业标准”、“劳务及监理的客户满意度评价系统”、“事事明工序管理”、“事事明安全施工管理”、“DIM+水电系统应用”等，建立了“质量、安全、时间控制、客户满意、DIM水电应用”五个方面的考核指标，大大提高了公司家装施工环节的标准性、规范性、准确性。

在获客渠道方面，截止报告期，A6业务共开设直营门店163家，速美业务渠道模式改为“以直营为主”共开设直营门店48家。公司家装业务除了以直营门店及小区拓展进行客户承揽，还通过主流线上获客渠道布局，包括与四大搜索引擎平台签订合作框架，承接搜索入口的意向客户资源；开拓电商平台资源，先后与天猫、淘宝、京东等平台达成战略合作，开设直营店铺，研发电商平台专属产品；同时对主力获客平台PC官网、H5官网进行改造，还完成微官网、官方APP、微商城和小程序的开发上线工作，不断扩张线上平台的流量承接能力。公司还应用Sass系统和大数据技术及工具实现用户全过程服务、用户画像、需求分析、精准营销推送，为业务端带来海量客户画像资源，通过客户画像，提升客户信息洞察，提高客户线索转化率。

## 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

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
工程收入	3,652,200,102.08	2,463,306,306.75	32.55%	13.99%	14.06%	-0.04%
设计收入	451,331,847.32	145,659,394.07	67.73%	29.14%	31.16%	-0.50%

## 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、面临暂停上市和终止上市情况

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

本集团从编制2018年度财务报表起执行财政部于2018年6月15日颁布的《关于修订印发2018年度一般企业财务报表格式的通知》(财会(2018)15号，以下简称“财会15号文件”)。财会15号文件对资产负债表和利润表的列报项目进行了修订，新增了“应收票据及应收账款”、“应付票据及应付账款”、“研发费用”行项目，修订了“其他应收款”、“固定资产”、“在建工程”、“其

他应付款”和“长期应付款”、“管理费用”行项目的列报内容，减少了“应收票据”、“应收账款”、“应收股利”、“应收利息”、“固定资产清理”、“工程物资”、“应付票据”、“应付账款”、“应付利息”、“应付股利”及“专项应付款”行项目，在“财务费用”项目下增加“其中：利息费用”和“利息收入”行项目进行列报，调整了利润表部分项目的列报位置。对于上述列报项目的变更，本集团对上年比较数据进行了调整。

### **(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

处置网家科技有限责任公司子公司股权丧失控制权及注销子公司北京意德法家木业有限公司，导致合并报表范围减少。

### **(4) 对 2019 年 1-3 月经营业绩的预计**

适用  不适用