

公司代码：603326

公司简称：我乐家居

南京我乐家居股份有限公司
2021 年年度报告摘要

第一节 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 <http://www.sse.com.cn> 网站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性、准确性、完整性，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、董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案
公司2021年度不进行利润分配，即：不派发现金红利、不送红股、不以公积金转增股本。

第二节 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	我乐家居	603326	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	NINA YANTI MIAO(代)	李盛春
办公地址	南京江宁区清水亭西路218号	南京江宁区清水亭西路218号
电话	025-52718000	025-52718000
电子信箱	olozq@olo-home.com	olozq@olo-home.com

2、报告期公司主要业务简介

公司主要从事整体厨柜、全屋定制家具产品的设计、研发、生产、销售及相关服务，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”，细分属于定制类家具。根据国家统计局发布的2021年规模以上工业企业主要财务指标（分行业），家具制造业2021年营业收入8,004.60亿元，同比增长13.50%；营业成本6,648.80亿元，同比增长13.50%；利润总额433.70亿元，同比增长0.90%。根据中国家具协会发布的2021年中国家具行业运行概况，2021年全年家具行业规模以上企业6,647家，家具类商品零售额1,666.80亿元，同比增长4.33%。定制家具的服务链条长、终端需求分散，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。在消费升级的大背景下，家居行业正进入大众消费、品牌消费和品质消

费共存的消费分级时代，家居行业迎来产业转型期。

(1) 新冠疫情影响消费需求延迟释放，加速家居行业新零售产业变革。

家居消费需求存在一定刚性，虽然受新冠疫情影响，消费者对于定制家具的消费需求短期有所滞后但长期并未消失。2021 年随着国内新冠疫情的常态化管控，前期压抑的家居消费需求持续释放。随着家居消费主体的转变带来消费观念与习惯的改变，线上线下融合的消费方式成为主流，新零售成为家居零售产业的一个重要风向。新冠疫情长期居家进一步加速了家居行业新零售的产业变革，短视频、直播、粉丝流量经济已成为线上营销的新兴形式，全渠道营销成为企业发展的必然选择，同时智能化、产业互联网化与商业模式的创新成为行业新的发展契机。

(2) 与住房市场及人口结构相关度高，行业具有周期性和季节性特征。

家具行业属于房地产后周期行业，下游主要面向首次购买商品住房的城镇居民、存量房二次装修及推出精装修商品住房的房地产企业。根据国家统计局数据显示，2021 年全国商品房住宅销售面积 179,433.41 万平方米，同比增长 1.90%；全国住宅竣工面积 73,016.20 万平方米，同比增长 10.80%。在国家“房住不炒”的定位指导下，房子居住属性逐渐凸显，叠加我国人口结构因素及三孩生育政策全面放开，居民对于住房的刚性需求和改善性需求持续攀升，新房装修及存量房翻新需求释放将支撑定制家具消费需求稳定增长。

受区域气候、各地风俗习惯及消费习惯等因素影响，定制家具行业销售存在一定的季节性，一般表现为一季度销售收入相对较低、二季度开始回升、三、四季度进入销售旺季。

(3) 行业竞争格局改善，头部企业竞争态势更趋明显。

定制家具细分行业终端需求分散、市场集中度较低，同时受资本、品牌、消费升级等因素推动消费者分层，定制家具市场正被逐渐分层为低端定制、中高端定制和高端奢侈定制，在细分定制市场中的市场份额呈向该细分市场头部企业集中的趋势。后疫情时期，随着家居行业受负面因素的逐渐消除、消费场景的多样化以及消费升级等因素的驱动，头部企业有望依靠渠道、品牌、规模等优势进一步提升市场占有率，竞争力弱的企业将被市场淘汰出局，客观上推动行业竞争格局的改善，定制家居行业马太效应显现。

(4) 信息化、智能化技术广泛应用，智能家居带动新的增量空间。

定制家具企业为满足大规模、柔性化生产需求，需要借助大数据、云计算、互联网等工业 4.0 先进软硬件技术支撑企业发展，在柔性化生产工艺、自动化和信息化程度等方面持续改进和提高。随着 5G、AR/VR、人工智能技术的快速发展，基于物联网技术，智能家电、智能硬件等硬件系统和软件系统形成生态圈，住宅中智能化应用场景大量增加，使得不同场景和需求下家具的设计需求更加多样化，为家具行业尤其是定制行业带来更大的发展空间。

报告期内，公司秉承“让家更美”的理念和使命，专注从事整体厨柜、全屋定制家具产品的设计、研发、生产、销售及相关服务，公司的主要业务与经营模式未发生重大变化。

2.1 主要业务

公司主打原创设计、寻求极致美家，为客户提供全屋+厨柜+门墙+配套家居+软装商品的一站式定制解决方案。旗下品牌有“我乐厨柜”、“我乐全屋定制家具”，主要产品有整体厨柜、全屋定制家具、高端门墙系统等多系列产品。

2.2 经营模式

公司根据顾客的个性化需求量身定制产品设计方案，通过引用专业运维软件，一键完成效果图生成，订单报价同时生成图纸、电子订单，为顾客提供规模化柔性生产、敏捷交付及安装的一站式服务，生产经营过程涉及设计开发、原料采购、生产制造、产品销售、售后服务和品牌建设等环节。

(1) 采购模式

公司采购包括原材料采购及成品采购，其中原材料采购主要为刨花板、中纤板、铝材和膜皮等，成品采购主要为电器、五金、灶具、配套家居等产品。

对于自制产品，公司向合格供应商进行原材料采购，相应原材料主要为刨花板、中纤板、膜皮等。原材料采购流程结束，相应材料经检验合格后进入公司原材料仓库，等待后续生产过程。公司接到电子订单后，经过公司软件系统包括 ERP 系统进行运算并转换成生产订单，生产工人根据 ERP 中的 BOM 表至原材料仓库按需领料，开始生产执行流程。产品生产完毕后，ERP 系统中生产订单关闭，相应产品进入公司成品仓库，等待后续备货、发货。

对于外购产品，公司向各类产品的合格供应商进行采购，结合安全库存情况、产品紧缺度、销售预测情况等进行采购。采购流程结束，相应产品经检验合格后进入公司成品仓库。

同一个订单所包含的自制产品及外购产品全部完成入库后，系统自动计算并执行发货。

(2) 生产模式

公司生产模式包括自主生产和委外加工两种模式，其中，整体厨柜和定制衣柜产品是自主生产，委外加工主要是个别工序委外。

① 自主生产

公司拥有自主开发设计的“我乐专用设计软件”，该软件在电子图纸生成后自动进行拆单，生成电子订单并通过与 SAP 系统数据集成，将经过拆解且自带工艺参数的电子订单导入至公司 CRM 系统和 SAP 系统，分解的订单进入系统后通过 SAP 运算，将订单进一步分解至生产板件并生成生产汇总单，同时将不同类型的产品归入不同的工艺生产路径，按既定逻辑指令进行计划排产，保

证同一订单下各类型产品最终产出的同步性。

订单结构形成后，通过 SAP 导入 MES 系统，MES 系统指导完成生产任务派发、仓库原材料派发和生产过程执行等流程。公司在生产过程中执行全程质量控制检验，产品生产完毕后在 MES 系统形成生产结果汇报，同步反馈至 SAP 系统，仓储人员实时对完结产成品进行收货，完成订单的入库环节。

最后，系统综合订单交期要求、运输目的地及发货数量等多个因素，选择最优策略将数个订单集中发货。发货同时系统自动通知收货人，使收货人能够实时跟踪货品。

②委外加工生产

目前，如压贴工艺等非公司自主生产且非主要工序的一般采用委外加工生产。

公司在生产实施过程中实施全面质量管理，通过对原辅材料供应商的资质评估、现场随机抽检、原辅材料到货检验以及生产过程各工段的产品检验，确保生产全过程的产品质量。

③销售模式

公司销售模式主要有经销商销售模式、直营销售模式、大宗业务销售模式，同时为提升盈利能力，公司通过电商、线上广告平台、公众号等自媒体矩阵拓宽顾客引流，不断拓展销售网络以及销售渠道。

i 经销商销售模式

经销商是公司重要的销售渠道，通过授权经销商在特定区域内按照公司要求开设我乐品牌专营店，独家销售公司旗下我乐品牌系列的产品及服务。

ii 直营销售模式

公司利用自有资金在家居卖场、购物中心或临街店面开设我乐独立厨柜店、我乐独立全屋定制店、我乐厨柜和全屋融合店等，直接面向终端消费者销售公司产品及服务。

iii 大宗业务销售模式

公司直接或者通过各区域独立的大宗业务经销商，与全国和所在地知名优质房地产商建立合作关系，为大型房地产项目精装修配套公司整体厨柜及全屋定制产品。

(4) 设计模式

公司坚持自主原创设计、自主培养设计师，以自主开发、与全球优秀设计师合作开发的模式培养并打造了一支设计链条全覆盖、完全自主原创的强大设计师队伍，为我乐产品的原创性、独特性、领先性和时尚性提供有力支撑，保证我乐产品的持续创新和极具差异化。同时，公司特别重视知识产权和专利保护，所有原创设计产品在推出市场之前会申请著作权和外观专利。

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

	2021年	2020年	本年比上年 增减(%)	2019年
总资产	2,418,905,697.96	1,979,872,974.36	22.17	1,558,901,451.89
归属于上市公司股东的净资产	873,873,454.95	1,119,890,920.21	-21.97	951,629,110.97
营业收入	1,725,442,589.47	1,584,189,787.74	8.92	1,332,034,204.82
扣除与主营业务无关的业务收入 和不具备商业实质的收入后的营 业收入	1,720,177,098.16	1,579,085,990.49	8.93	/
归属于上市公司股东的净利润	-161,887,491.02	219,553,138.14	-173.73	154,007,311.45
归属于上市公司股东的扣除非经 常性损益的净利润	-193,711,744.08	197,739,534.55	-197.96	132,732,709.06
经营活动产生的现金流量净额	98,354,333.93	219,239,455.91	-55.14	86,141,627.28
加权平均净资产收益率(%)	-16.48	21.18	减少37.66个百分点	17.29
基本每股收益(元/股)	-0.50	0.69	-172.46	0.49
稀释每股收益(元/股)	-0.50	0.69	-172.46	0.49

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	281,439,999.52	463,428,616.29	496,990,641.70	483,583,331.96
归属于上市公司股东的净利润	11,646,760.57	40,876,105.40	49,370,206.54	-263,780,563.53
归属于上市公司股东的扣除 非经常性损益后的净利润	-2,330,034.16	32,189,749.60	46,795,188.56	-270,366,648.08
经营活动产生的现金流量净额	-269,867,529.61	182,814,963.84	-55,186,879.91	240,593,779.61

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4、股东情况

4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

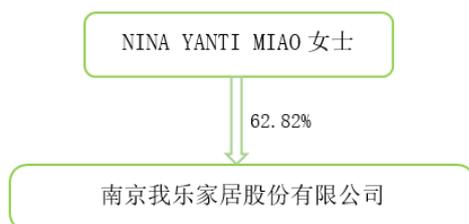
单位：股

截至报告期末普通股股东总数(户)	6,424
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	7,036
截至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、标记 或冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
NINA YANTI MIAO		202,319,040	62.82		无		境外自然人
中国工商银行股份有限公司—中欧价值智选回报混合型证券投资基金	15,349,635	15,349,635	4.77		无		其他
于范易	820,600	11,971,332	3.72		无		境内自然人
南京瑞起投资管理有限公司		11,477,760	3.56		无		境内非国有法人
南京开盛咨询管理合伙企业（有限合伙）		8,041,748	2.50		无		境内非国有法人
平安银行股份有限公司—中欧新兴价值一年持有期混合型证券投资基金	5,975,743	5,975,743	1.86		无		其他
烟台埃维管业有限公司	4,380,084	5,773,473	1.79		无		境内非国有法人
梁绍丽	-73,640	4,549,100	1.41		无		境内自然人
中国工商银行股份有限公司—中欧潜力价值灵活配置混合型证券投资基金	3,086,102	3,086,102	0.96		无		其他
招商银行股份有限公司—中欧睿泓定期开放灵活配置混合型证券投资基金	2,886,900	2,886,900	0.90		无		其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	NINA YANTI MIAO 女士为公司控股股东；汪春俊先生为南京瑞起投资管理有限公司的控股股东和南京开盛咨询管理合伙企业（有限合伙）的普通合伙人，NINA YANTI MIAO 女士与汪春俊先生为夫妻关系；于范易先生为烟台埃维管业有限公司实际控制人；其他股东未知是否存在关联关系或一致行动。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

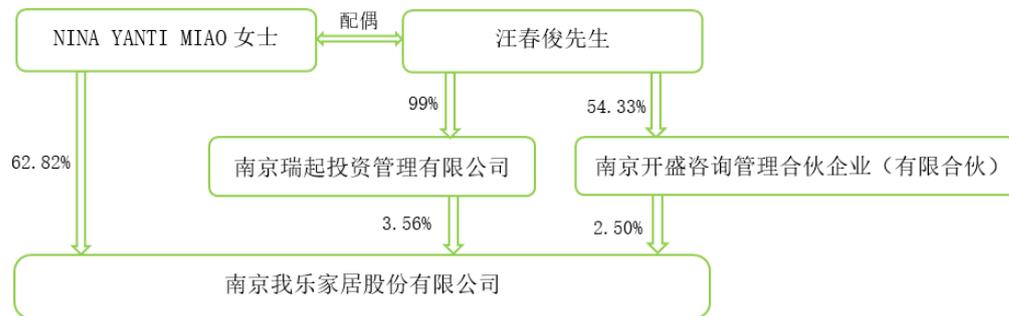
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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

4.5 公司债券情况

适用 不适用

第三节 重要事项

1、公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

报告期内，公司坚持聚焦“产品全面领先、品牌升级与营销引爆、渠道与新零售突破”的战略目标，在产品力、品牌力、渠道能力建设方面持续发力，重点打造零售端业务能力，为公司持续稳定增长夯实基础。2021 年公司实现营业收入 172,544.26 万元，较上年同期增长 8.92%。其中：经销业务实现收入 107,719.99 万元，较上年同期增长 10.43%；直营业务实现收入 31,645.44 万元，较上年同期增长 48.07%；大宗业务以控制规模、防范风险和优化客户结构为重点，大宗业务实现收入 32,652.28 万元，较上年同期下降 16.26%。2021 年实现归属于上市公司股东的净利润 -16,188.75 万元。

2、公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用

董事长：NINA YANTI MIAO

董事会批准报送日期：2022 年 4 月 30 日