

证券代码：002918

证券简称：蒙娜丽莎

公告编号：2024-058

蒙娜丽莎集团股份有限公司 2024 年半年度报告摘要

一、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，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半年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

适用 不适用

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

适用 不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

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	蒙娜丽莎	股票代码	002918
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称（如有）	无		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	张旗康	刘宝玲	
办公地址	广东省佛山市南海区西樵轻纺城工业园	广东省佛山市南海区西樵轻纺城工业园	
电话	0757-81896639	0757-81896639	
电子信箱	monalisazqb@163.com	monalisazqb@163.com	

2、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

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期 增减
营业收入（元）	2,334,520,095.12	2,910,238,429.68	-19.78%
归属于上市公司股东的净利润（元）	82,602,101.24	164,463,115.02	-49.77%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	68,734,632.24	166,354,017.83	-58.68%
经营活动产生的现金流量净额（元）	375,713,599.17	168,292,435.33	123.25%
基本每股收益（元/股）	0.20	0.40	-50.00%
稀释每股收益（元/股）	0.20	0.40	-50.00%
加权平均净资产收益率	2.36%	4.93%	-2.57%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度 末增减
总资产（元）	9,158,108,621.57	9,694,429,864.69	-5.53%
归属于上市公司股东的净资产（元）	3,497,156,877.40	3,456,324,873.32	1.18%

3、公司股东数量及持股情况

单位：股

报告期末普通股股东总数	23,596	报告期末表决权恢复的优先股股东总数 (如有)	0			
前 10 名股东持股情况 (不含通过转融通出借股份)						
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、标记或冻结 情况	
					股份状态	数量
萧华	境内自然人	30.13%	125,080,560.00	93,810,420.00	不适用	0
霍荣铨	境内自然人	13.81%	57,328,590.00	42,996,442.00	不适用	0
邓啟棠	境内自然人	9.41%	39,087,675.00	29,315,756.00	不适用	0
张旗康	境内自然人	9.41%	39,087,675.00	29,315,756.00	不适用	0
全国社保基金四 一三组合	其他	4.06%	16,860,700.00	0	不适用	0
佛山市美尔奇投 资管理合伙企业 (有限合伙)	境内非国有法人	2.16%	8,973,199.00	0	不适用	0
中国农业银行股 份有限公司一工 银瑞信战略转型 主题股票型证券 投资基金	其他	1.62%	6,706,975.00	0	不适用	0
毛红实	境内自然人	1.55%	6,414,852.00	0	冻结	6,414,852.00
玄元私募基金投 资管理(广东) 有限公司一玄元 科新 172 号私募 证券投资基金	其他	1.01%	4,204,757.00	0	不适用	0
香港中央结算有 限公司	境外法人	0.62%	2,564,186.00	0	不适用	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	1. 萧华、霍荣铨、邓啟棠、张旗康为一致行动人，合计直接持有本公司 62.76% 的股份； 2. 佛山市美尔奇投资管理合伙企业(有限合伙)为一致行动人萧华、霍荣铨、邓啟棠、张旗康共同控制的企业； 3. 除此之外，未知其他股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明(如有)	无					

持股 5% 以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

 适用 不适用

前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

 适用 不适用

4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

 适用 不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

 适用 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

5、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。

6、在半年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

(1) 债券基本信息

债券名称	债券简称	债券代码	发行日	到期日	债券余额 (万元)	利率
蒙娜丽莎集团股份有限公司可转换公司债券	蒙娜转债	127044	2021 年 08 月 16 日	2027 年 08 月 15 日	116,886.25	第一年 0.30%、 第二年 0.50%、 第三年 1.00%、 第四年 1.50%、 第五年 1.80%、 第六年 2.00%。

(2) 截至报告期末的财务指标

单位：万元

项目	本报告期末	上年末
资产负债率	58.37%	60.92%
流动比率	1.43	1.36
速动比率	1.03	0.94
项目	本报告期	上年同期
EBITDA 利息保障倍数	7.19	8.11
扣除非经常性损益后净利润	6,873.46	16,635.4
EBITDA 全部债务比	6.98	7.87
利息保障倍数	3.14	4.51
现金利息保障倍数	13.52	4.91
贷款偿还率	100.00	100.00
利息偿付率	100.00	100.00

三、重要事项

2024 年上半年，公司实现营业收入 233,452.01 万元，同比下降 19.78%，其中经销业务收入 176,570.82 万元，同比下降 4.26%，工程战略业务收入 56,881.19 万元，同比下降 46.64%；归属于上市公司股东的净利润 8,260.21 万元，同比下降 49.77%。经营业绩变动的主要原因为：

- 2024 年上半年，建筑陶瓷市场有效需求整体偏弱，竞争进一步加剧，价格战进入白热化。
- 公司根据市场环境变化，坚持稳健经营原则，虽然采取全渠道强化经销业务，主动放弃了部分账期长、收款风险大、毛利水平低的工程订单，深化落实多项提质降本增效措施，但仍未能覆盖销量及售价变动带来的影响。
- 部分资产出现减值迹象，公司按照企业会计准则对可能发生减值损失的各类资产计提减值准备。

报告期内，围绕年度经营计划，公司开展的主要工作情况如下：

1、坚定效益优先和稳健经营不动摇

2024 年，公司管理层继续坚持效益优先和稳健经营的思路和方针，带领经营团队围绕公司经营目标，统筹公司各业务版块开展业务提升工作；坚持以客户为中心、以质量为基础、以创新为保障；提升品牌建设质量，持续推进经销渠道拓展和下沉工作；持续落实减费、降本、增效各项措施，加强费用管控力度。

2、升级销售渠道建设，加强终端服务质量

面对市场消费场景转移、渠道进一步细分、产品快速迭代等挑战和机遇，公司持续优化销售结构，积极开拓和维护销售渠道，以数字化营销牵引，搭建新零售平台，全国千店陆续参与新零售业务，致力提升品牌影响力；紧贴消费发展趋势，稳健推进整装渠道业务发展；承接上年亚运热潮，结合今年巴黎大型国际体育赛事，终端集结多位体育明星开展活动，继续推进体育营销，扩大市场占有率；推进完善品质交付业务，将终端营销服务覆盖更全面的消费场景；同时加强风控管理，把经营活动现金流管理作为重要抓手，公司主动对回款慢、风险高的工程项目控制投入，加大力度控制应收款风险，专人专责加强应收款追收。

3、坚定技术创新、提质增效的发展路径

公司始终坚持创新驱动发展战略，坚持“生产一代、储备一代、研发一代”的方针，不断优化完善“研究-开发-应用”三级技术开发与技术储备体系。依托国家企业技术中心等创新平台，围绕着“健康装修到家，就用蒙娜丽莎”的产品推广主题，坚定产品质量标准，强化产品质量把控，坚持产品设计持续创新，加强功能性产品的创新，提高产品附加值和利润水平，保持着大板、岩板在行业内的优势地位。报告期内，公司获评“广东省优势传统产业技术创新（陶瓷）标准化示范点项目”。

公司持续推进绿色发展战略，制定并贯彻执行严格的环保内控标准。报告期内，研发生产提质增效，对产品配方、工艺进行优化，提升竞争力；桂蒙基地屋顶光伏项目投入使用，广蒙基地使用一条生产线进行氨氢零碳燃烧技术改造，探索陶瓷行业减碳降碳路径，大力推动行业清洁生产和转型升级。

截至报告期末，公司共有专利 1201 件，其中发明专利 325 件（含国外发明专利 12 件），实用新型专利 187 件，外观设计 689 件。

4、推进数字化工作，赋能品牌持续升级

报告期内，公司持续改善数字化工作的执行环节，实施集团财务共享，落实管理标准化、数据标准化的企业标准系统建设，逐步向业财数据实时、协同、共享、高效的方向推进完善。借助数字化优势，进一步提升排产科学性和生产合理性，有效平衡产销关系。借助数字化数据管理和分析，公司对产品研发、投入、推广等方面更精准发力。针对需求侧变化，更精准有力推广新产品的销售和应用，不断优化提升终端专卖店形象；围绕“助推品牌增值、赋能业绩增长”的方针，继续“大户外、大信息、大支持、大形象”四大广告投放策略，整合营销传播、自媒体运营、产品内容推广等工作实施，落实好品牌建设、产品推广、营销互动、销售赋能等工作。随着更多经销商加入新零售赛道，新媒体平台流量曝光持续提升，线上线下销售业务加强融合，强化品牌形象和提升终端市场引流效果。拉通业务主流程，启动深化数字化应用场景，提升营销业务运作效率。

5、优化内部管理，推动精益化经营

报告期内，公司注重精益化管理，通过不断优化完善企业管理流程，以标准化管理提高经营管理效率，推动企业经营效能的提升；加大信息化投入，对产、供、销等多个系统进行开发或完善升级，提升经营管理效率。积极通过自动化、智能化优化升级改造，加强错峰用电、生产管理指标细化考评、采购招投标管理、日常办公资源节约等内部挖潜降低成本；通过与大型的物流公司进行合作和物流整合，提升物流服务水平，加强物流包装及运输成本的优化管控，提升物流效率，为销售形成有力支撑。