

公司代码：600978 公司简称：宜华木业

## 广东省宜华木业股份有限公司

### 2015 年年度报告摘要

#### 一 重要提示

1.1 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网站上仔细阅读年度报告全文。

1.2 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。

1.3 未出席董事情况

未出席董事职务	未出席董事姓名	未出席董事的原因说明	被委托人姓名
独立董事	王克	个人原因	刘国武

1.4 广东正中珠江会计师事务所（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。

1.5 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	宜华木业	600978	

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	刘伟宏	陈筱薇
电话	0754-85100989	0754-85100989
传真	0754-85100797	0754-85100797
电子信箱	liuw@yihua.com	chenxw@yihua.com

1.6 根据 2016 年 4 月 18 日董事会会议通过的关于 2015 年利润分配预案，公司拟以 2015 年 12 月 31 日的总股本 1,482,870,004 股为基数，向股权登记日登记在册的全体股东每 10 股派 1.25 元（含税），共派现金股利 185,358,750.50 元。该预案尚需经股东大会审议通过。

## 二 报告期主要业务或产品简介

### 1、主要业务、经营模式

公司主要从事家具和木地板等家居产品的研发、设计、生产与销售，产品定位中高端，主导产品包括木质家具和木地板、软体家具等产品系列，旗下拥有多个自主品牌。

公司是我国家居行业中少有的在国外市场采用自有品牌销售的企业之一，同时也是行业内为数不多的纵贯“人工造林、林地采伐、木材加工、产品研发、生产制造、销售网络”完整产业链型一体化经营模式企业。

在海外市场营销模式上，公司采用批发模式，将产品直接销售给大型的海外家具批发商、零售商和品牌连锁店等，然后由大型的家具批发商、零售商、品牌连锁店销售给最终消费者，公司自身则主要负责境外市场的售后服务、市场推广和品牌维护等业务功能。在国内市场营销模式上，公司主要采取“体验中心+经销商”的销售模式。公司从 2010 年起开始通过自购房产的形式建设体验中心，目前已在北京、上海、广州、汕头、大连、深圳等地设立 18 家体验中心，体验中心主要作为品牌推广、产品展销及区域性物流配送中心，又承担对经销商的管理、服务功能，未来公司将根据市场情况继续完善体验中心建设布局。传统渠道之外，公司还通过布局互联网时代的多元化新型营销模式，打造“O2O”电子商务模式，通过建立微信平台、与美乐乐等家居电商平台合作等方式，打造线上线下一体化营销模式，实现消费者从产品选购、体验、互动、订购的线上线下一体化服务模式。

### 2、行业概况

经过百余年的发展，家具市场已成为一个充分竞争而又趋于成熟的市场。在经济全球一体化背景下，专业化的分工和协作促成了世界家具产业链的形成，各国家具的设计技术、生产工艺、管理经验和经营模式得以相互借鉴，家具企业的制造能力不断加强，家具市场规模不断增大。在全球的家具生产中，发达国家依然扮演着最重要的角色，尤其在如意大利、德国和美国等传统的家具强国，或利用设计的优势，或利用加工装备及技术的优势，占据着国际家具的高端市场。世界主要家具强国的家具业虽然继续保持着一一定的优势，但其产业正在不断向发展中国家和地区转

移。主要工业化国家家具业的产品附加值较高，但是由于其成本较高，正在不断丢失中低端产品的市场，而对中低端产品国内需求较大的国家如美国和德国，出现了明显的贸易逆差。发展中国家，尤其是中国，已成为国际家具业的新秀，亚洲也逐渐成为国际家具业的重要产区。

随着近年来全球家具需求的增加及全球进口家具市场的开放，全球的家具进出口贸易额一直稳定增长。2008年的全球性金融危机导致欧美市场家具需求受到暂时性压制，国际家具贸易额下降到960亿美元。随着经济复苏，世界家具贸易总额一直在稳步增长，至2013年约为1,240亿美元。美国是全球最大的家具进口国，从2004年起，美国已连续七年每年要进口约200多亿美元的家具才能满足国内家具消费需求。据美国商务部资料，美国向全世界100多个国家和地区进口家具，亚洲的采购量占83.6%。家具消费的主要驱动力量仍体现在房地产领域，近年来，受益于美联储长时间的低利率政策和大规模的住房抵押债券购买行动，使得美国房地产市场出现了较快速度的反弹。房地产市场好转将释放美国国内家具市场的强大需求，家具进口和家具销售将呈现增长态势。

十多年来，我国家具行业已经得到了长足的发展，并具备巨大的产业规模。家具出口成为拉动我国家具行业发展的重要因素，促进了家具行业的技术进步和生产的发展。我国的家具产业不仅成为拉动国民经济发展的重要行业，亦已成为世界家具产业的重要组成部分。

当前，家具制造业已经成为我国国民经济中继食品、服装、家电后的第四大产业。近年来，我国家具行业规模和产值一直稳定增长，在终端房地产市场调控政策紧缩的背景下，我国家具行业产值增速出现一定程度放缓，但产值规模仍然保持增长。2015年1-12月，家具制造业产销率98.3%，较2014年同期提高0.5个百分点；出口交货值1,720.1亿元，累计同比增长5.0%。2015年1-12月，家具制造业主营业务收入7,872.5亿元，累计同比增长9.3%；利润总额500.9亿元，累计同比增长14.0%。(数据来源：国家工业和信息化部网站)

在我国，消费者购买家具的原因主要有两类：一类是新房或装修购买，另一类是以旧换新或添置家具。新房装修购买行为一般数量巨大并且比较集中，据估计，我国每年约有2,000万人进入结婚年龄，这些新建家庭几乎都要购置新家具。未来的年轻人组合的新婚家庭，不仅是家具消费的主力军，而且他们的观念将引导家具市场向注重环保、设计新奇、个性化等趋势改变。随着居民生活水平改善、家具产品不断创新，人们更换新家具的周期也会越来越短。对家具产品款式、档次、质量的要求，对居住环境、生活和工作空间条件的重视都将不断提高，中高档家具产品的更新需求量呈上升的势头，刚性需求和消费升级构成了家居行业发展的主要源动力。

目前，中国家具业已经到了一个调整期，由快速增长转变为稳步增长。在当前形势下，要保持中

国家具产业的可持续发展，需要创新经营理念，拓展销售空间，通过企业转型，赢得更多的市场份额。

在互联网信息技术的推动下，居民消费加速由网下向网上转移，根据艾瑞咨询的数据，国内网上购物的规模已由 2006 年的 263.10 亿元增加至 2014 年的 28,145.10 亿元，复合增长率达到 68.06%。在互联网经济的浪潮下，家具制造业的营销模式也被大大拓宽，销售渠道从传统的单一线下渠道转变为线上线下一体化的 O2O 电子商务模式。在互联网消费模式下，消费者偏好可提供一站式多品类消费体验的互联网平台，同时对个性化量身定制设计家具的需求也日益突显。

### 三 会计数据和财务指标摘要

单位：元 币种：人民币

	2015年	2014年	本年比上年 增减(%)	2013年
总资产	12,724,651,376.20	10,249,656,087.55	24.15	8,625,244,226.56
营业收入	4,591,667,555.02	4,426,628,727.81	3.73	4,090,954,666.47
归属于上市公司股东的净利润	615,933,974.68	529,770,273.36	16.26	410,535,408.83
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	607,224,743.32	525,133,157.72	15.63	408,267,218.85
归属于上市公司股东的净资产	6,841,126,945.30	6,375,672,724.49	7.30	4,665,348,997.20
经营活动产生的现金流量净额	1,047,354,665.76	590,445,937.90	77.38	670,301,996.58
期末总股本	1,482,870,004.00	1,482,870,004.00		1,152,662,718.00
基本每股收益 (元/股)	0.42	0.37	13.51	0.36
稀释每股收益 (元/股)	0.42	0.37	13.51	0.36
加权平均净资产收益率(%)	9.29	8.89	增加0.40个百分点	9.13

#### 四 2015 年分季度的主要财务指标

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	782,578,567.94	1,250,887,945.52	1,079,418,764.17	1,478,782,277.39
归属于上市公司股东的净利润	120,149,351.97	217,406,969.25	189,562,613.10	88,815,040.36
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	123,303,670.18	219,919,445.46	187,825,753.62	76,175,874.06
经营活动产生的现金流量净额	256,447,012.20	99,256,269.51	466,580,328.69	225,071,055.36

#### 五 股本及股东情况

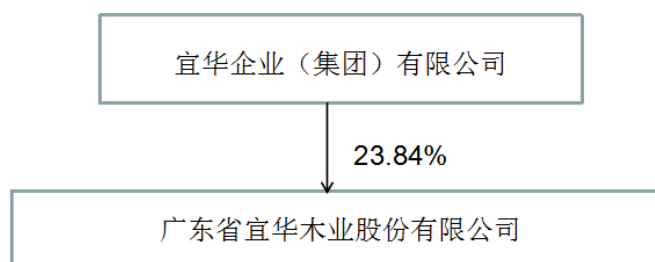
##### 5.1 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

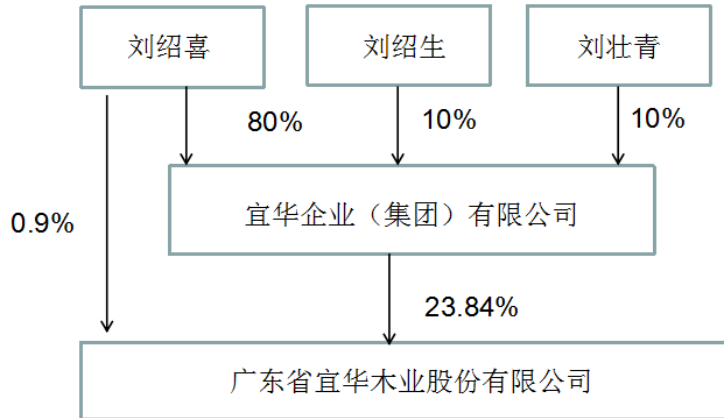
截止报告期末普通股股东总数（户）		109,828					
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）		123,201					
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）		不适用					
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）		不适用					
前 10 名股东持股情况							
股东名称 (全称)	报告期内增 减	期末持股数 量	比例 (%)	持有有 限售条 件的 股份 数量	质押或冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
宜华企业（集团）有限公司	0	353,549,599	23.84	0	质押	246,588,369	境内 非国 有法 人
兴证证券资管—浦发银行—兴证资管鑫众 16 号集合资产管理计划	17,510,492	17,510,492	1.18	0	未知		未知
全国社保基金一零七组合		15,499,497	1.05	0	未知		未知
刘绍喜	0	13,378,493	0.9	0	未知		境内 自然

							人
华夏成长证券投资基金		11,199,941	0.76	0	未知		未知
太平人寿保险有限公司		6,999,990	0.47	0	未知		未知
招商证券股份有限公司—富国中证移动互联网指数分级证券投资基金		5,649,258	0.38	0	未知		未知
中信银行—招商优质成长股票型证券投资基金		5,022,502	0.34	0	未知		未知
董清		4,715,981	0.32	0	未知		境内自然人
何碧柯		4,613,374	0.31	0	未知		境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，宜华企业(集团)有限公司及刘绍喜为一致行动人，除此之外，未知其他股东之间是否存在关联关系或属于《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。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

5.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图



公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图



## 六 管理层讨论与分析

### （一）管理层讨论与分析

报告期内，世界经济总体处于弱复苏阶段，各个主要经济体依然持续分化。美国经济稳步复苏，失业率从1月的5.7%降至12月的5%，为2008年4月以来的最低水平，持续走低的失业率加上徘徊不前的物价指数，激活了美国房地产市场。欧元区经济持续低迷，高失业率没有改善，通缩阴影挥之不去。日本经济持续徘徊，出口消费改善有限。新兴经济体在美元持续升值和自身经济结构不合理的双重压力下，大幅度低于预期，部分国家甚至负增长。我国经济运行在遭遇到不少预期内和预期外的冲击与挑战，经济下行压力持续加大。面对错综复杂的形势，党中央、国务院坚持稳中求进的工作总基调，实施了一系列稳增长、调结构、促改革、惠民生、防风险的政策组合，使国民经济运行保持在合理区间，结构调整取得新进展，民生持续改善。

报告期内，在全球经济深度调整、国内经济下行压力加大的大环境下，公司多举措并举、积极应对、精耕细作，继续在制造、研发、销售、品牌、服务等方面深化改革，搭建泛家居生态圈战略布局，在市场结构和业务结构转型的过程中实现了经营业绩整体平稳增长。

报告期内，公司整体业绩保持平稳。2015年第一季度，公司受美国西海岸码头罢工事件的影响，外销业务有所下滑。公司通过深耕并巩固海外经销商及客户关系，进一步拓展非美地区的出口业务，第二季度起出口恢复平稳发展态势；目前，公司经营重心为发展内销市场，通过大力挖掘市场潜力及进行线上线下多渠道拓展，内销业务取得了较好的成绩，国内销售网络陆续进入业绩释放期；同时，公司和大型房地产商、装饰工程商合作，获得了一定量的工程订单；在传统销售渠道之外，公司继续推进网络营销渠道建设，实现多渠道创收盈利，通过挖掘庞大的网络客流量，实现高效的流量变现，提升供应链效率。

报告期内，公司布局“互联网+泛家居一体化”，通过投资美乐乐、爱福窝、投融有道、有住信息等泛家居领域企业，同时拟收购享有“全球沙发大师”美誉的新加坡上市公司华达利国际控股有限公司，充分整合实体渠道资源和互联网平台的流量资源优势，国内外销售渠道优势，实现融合大数据、移动应用、消费金融等创新技术的 O2O 家居运营模式，并通过资源的协调配置促进公司行业地位的提升。

报告期内，公司持续加大研发投入，丰富产品品类延伸。公司通过建立多样化的家居品类组合，加大对产品的开发、设计、品牌建设、绿色环保的投入，成功开发家具产品 13 个系列、地板产品 7 款，均得到了客户的良好评价。公司重视产品的设计理念的同时，突出自身产品特点、增强文化内涵，为消费者输出高附加值的产品和一体化服务，实现了消费者个性化需求满足和品牌销售传播的融合，通过服务驱动产品销售，增强客户粘性及提升了产品的品牌知名度。

报告期内，公司通过一系列的高端策划及品牌宣传升级，增强品牌核心竞争力，不断提升品牌附加值，扩大品牌影响力，实现了品牌知名度快速提升和产品销量增长的双重效益。公司通过与甘肃卫视、大粤网、全景网、中华地板网、中国木地板网等媒体平台合作，着力精准传播与数据整合，并注重自媒体集群传播建设，结合社会热点进行事件营销，应用 H5 新技术等配合营销、会务活动推广，丰富品牌多场景化展示与交互。

报告期内，公司深化人力资源改革，特别是绩效和薪酬改革，通过系统性的量化指标和数据化结果导向，推动绩效可上可下、岗位能者上庸者下的竞争环境，营造优胜劣汰的内部生态化管理；另外，公司实施员工持股计划，进一步完善公司薪酬激励机制和增强员工的凝聚力。

报告期内，公司继续保持行业领先地位和品牌影响力。公司荣获“中国家具行业 2015 年度优秀企业”称号、荣获“广东省林业龙头企业”称号、荣获“连续 16 年广东省守合同重信用企业”称号、荣获“广东省用户满意品牌”称号等殊荣。

## （二）报告期内主要经营情况

报告期内，公司实现营业收入 459,166.76 万元，比 2014 年度增长 3.73%；实现净利润 61,086.85 万元，比 2014 年度增长 15.85%；实现出口 5.329 亿美元，比 2014 年度下降 7.18%。

## （三）收入和成本分析

报告期内公司实现主营业务收入 458,454.62 万元，较上期增长 3.76%，其中受产品销售数量及结构的变化影响收入增长 56,910.02 万元，受产品销售价格的变化影响收入下降 40,282.97 万元。

报告期内公司主营业务成本 308,219.52 万元，较上期增长 6.10%，其中受销售数量及结构的变化影响使销售成本增加 37,417.87 万元，受单位成本的变化影响使销售成本下降 19,696.35 万元。



单位:元 币种:人民币

主营业务分行业情况						
分行业	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入 比上年增 减 (%)	营业成本 比上年增 减 (%)	毛利率比上 年增减 (%)
家居行业	4,584,546,232.81	3,082,195,173.59	32.77	3.76	6.10	减少 1.48 个百分点
主营业务分产品情况						
分产品	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入 比上年增 减 (%)	营业成本 比上年增 减 (%)	毛利率比上 年增减 (%)
家具	4,193,238,362.35	2,751,063,493.50	34.39	2.86	3.57	减少 0.45 个百分点
地板	388,929,260.46	329,463,119.21	15.29	14.39	32.93	减少 11.82 个百分点
原木	2,378,610.00	1,668,560.88	29.85	54.74	80.17	减少 9.90 个百分点
主营业务分地区情况						
分地区	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入 比上年增 减 (%)	营业成本 比上年增 减 (%)	毛利率比上 年增减 (%)
内销	1,259,673,026.61	735,324,727.52	41.63	36.70	39.21	减少 1.05 个百分点
外销	3,324,873,206.20	2,346,870,446.07	29.41	-4.92	-1.26	减少 2.62 个百分点

(四) 产销量情况分析表

主要产品	生产量	销售量	库存量	生产量比 上年增减 (%)	销售量比 上年增减 (%)	库存量 比上年 增减 (%)
家具(件/套)	1,117,322	1,055,018	221,001	11.05	12.23	39.26
地板(立方米)	19,560.9022	23,306.5362	3,256.1514	-5.56	13.82	-53.50
原木(立方米)	10,478.0000	10,478.0000		161.95	161.95	

报告期公司 2015 年度销售额前五名客户销售收入总计为 1,863,009,569.28 元, 占该期间主营业务收入的 40.57%。

报告期公司 2015 年度前五名供应商的采购金额总计为 569,341,240.40 元, 占该期间采购总额比例为 18.16%。

## 七 涉及财务报告的相关事项

7.1 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。

本期纳入合并财务报表范围的主体包括本公司及受本公司控制的 37 家子公司，本期新增 6 家子公司分别是东莞市多维尚书家居有限公司、青岛新普罡管理咨询企业（有限合伙）、浏阳宜华时代家具有限公司、湘潭宜华时代家具有限公司、深圳市前海宜华投资有限公司、理想家居国际有限公司。有关子公司的情况详见公司 2015 年年度报告附注“合并范围的变更”及“在其他主体中的权益”。

7.2 广东正中珠江会计师事务所（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。

董事长：刘绍喜

广东省宜华木业股份有限公司

2016 年 4 月 18 日