

证券代码：870004

证券简称：金大田

主办券商：长江证券

## 广东金大田家居股份有限公司 2016 年年度报告摘要

### 一、重要提示

1.1 本年度报告摘要来自年度报告全文，投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读同时刊载于全国股份转让系统公司指定信息披露平台

(www.neeq.com.cn 或 www.neeq.cc) 的年度报告全文。

1.2 不存在董事、监事、高级管理人员对年度报告内容存在异议或无法保证其真实、准确、完整。

1.3 公司全体董事出席了审议本次年度报告的董事会会议。

1.4 天健会计师事务所(特殊普通合伙)对本公司本年度财务报告进行了审计，并且出具了天健审(2017)7-307 号的审计报告。

1.5 公司联系方式

董秘(信息披露事务负责人):邱冠彬

电话:0757-66638700

电子信箱:bod@jindatian.com

办公地址:佛山市三水区白坭镇“国家火炬计划佛山电子电器产业基地南区”143-1 号

### 二、主要财务数据和股东变化

#### 2.1 主要财务数据

单位:元

	2016年	2015年	增减比例
总资产	217,486,114.28	185,490,626.39	17.25%

归属于挂牌公司股东的净资产	75,332,242.40	48,273,533.23	56.05%
营业收入	117,226,604.69	92,224,880.03	27.11%
归属于挂牌公司股东的净利润	5,871,709.17	4,813,898.69	21.97%
归属于挂牌公司股东的扣除非经常性损益的净利润	5,050,871.32	4,822,479.31	4.74%
经营活动产生的现金流量净额	-1,043,092.95	-30,324,760.91	-
加权平均净资产收益率（依据归属于挂牌公司股东的净利润计算）	8.99%	24.49%	-
加权平均净资产收益率（依据归属于挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润计算）	7.73%	24.54%	-
基本每股收益（元/股）	0.10	0.18	-44.44%
稀释每股收益（元/股）	0.09	0.18	-
归属于挂牌公司股东的每股净资产（元/股）	1.11	0.97	14.43%

## 2.2 股本结构表

单位：股

股份性质		期初		期末	
		数量	比例	数量	比例
无限售条件的股份	无限售股份总数	-	-	0	0.00%
	其中：控股股东、实际控制人	-	-	0	0.00%
	董事、监事、高管	-	-	0	0.00%
	核心员工	-	-	0	0.00%
有限售条件的股份	有限售股份总数	-	-	67,655,900	100.00%
	其中：控股股东、实际控制人	-	-	47,500,000	70.21%
	董事、监事、高管	-	-	52,844,800	78.11%
	核心员工	-	-	0	0.00%
总股本		0	-	67,655,900	-
股东总数		14			

注：公司于 2016 年 7 月 11 日完成股份制改造，在股份有限公司成立之前，公司性质是有限责任公司，故报告期初，股本数据列示为 0。

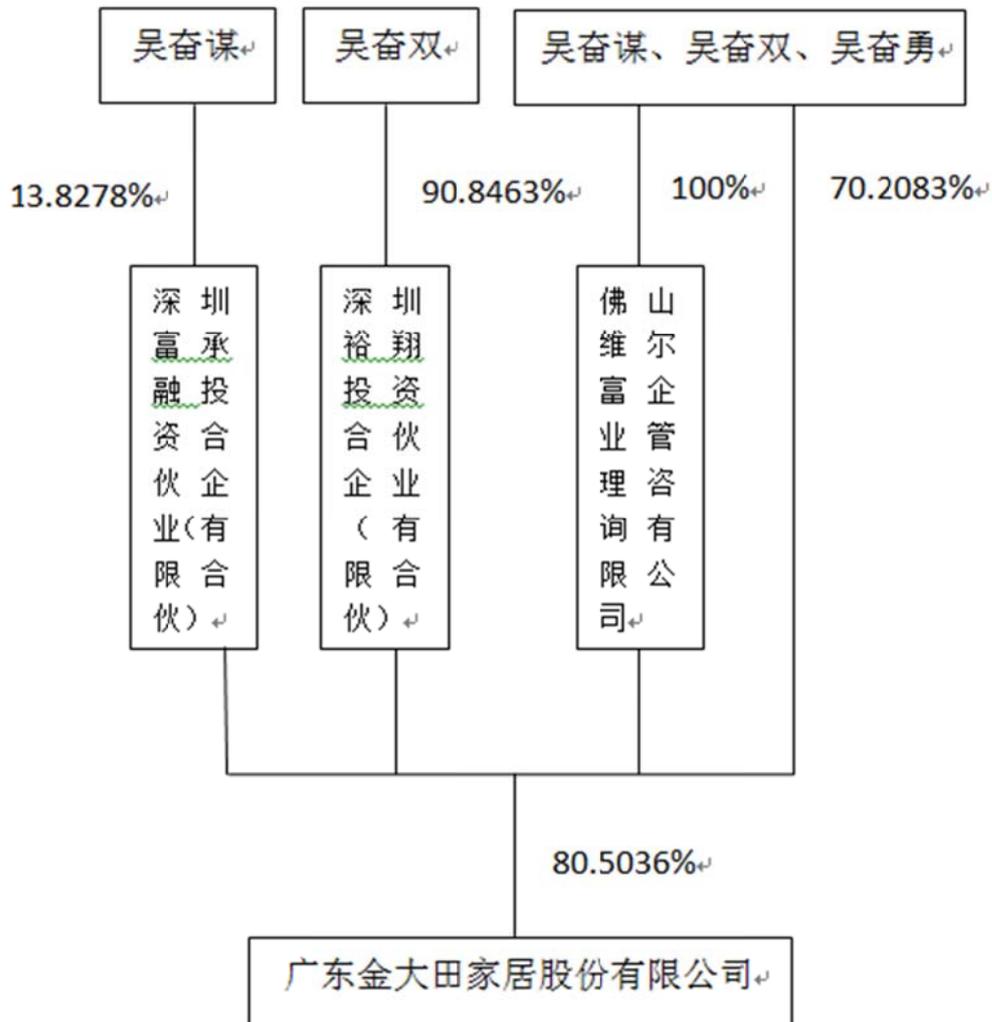
## 2.3 前 10 名股东持股情况表

单位：股

序号	股东姓名	股东性质	期初持股	期内增减	期末持股数	期末持股比例	限售股份数	无限	质押或冻
----	------	------	------	------	-------	--------	-------	----	------

			数					售 股 份 数	结的 股 份 数
1	吴奋谋	境内自然人	-	19,000,000	19,000,000	28.08%	19,000,000	0	0
2	吴奋双	境内自然人	-	14,250,000	14,250,000	21.06%	14,250,000	0	0
3	吴奋勇	境内自然人	-	14,250,000	14,250,000	21.06%	14,250,000	0	0
4	深圳富承融投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	-	4,892,900	4,892,900	7.23%	4,892,900	0	0
5	深圳裕翔投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	-	4,170,600	4,170,600	6.17%	4,170,600	0	0
6	姚清松	境内自然人	-	2,841,500	2,841,500	4.20%	2,841,500	0	0
7	佛山维尔富企业管理咨询有限公司	境内非国有法人	-	2,500,000	2,500,000	3.70%	2,500,000	0	0
8	李秀玲	境内自然人	-	1,353,100	1,353,100	2.00%	1,353,100	0	0
9	熊燕	境内自然人	-	811,900	811,900	1.20%	811,900	0	0
10	甘尉然	境内自然人	-	811,900	811,900	1.20%	811,900	0	0
11	余俊深	境内自然人	-	811,900	811,900	1.20%	811,900	0	0
12	郑松浩	境内自然人	-	811,900	811,900	1.20%	811,900	0	0
13	陈建辉	境内自然人	-	811,900	811,900	1.20%	811,900	0	0
合计			0	67,317,600	67,317,600	99.50%	67,317,600	0	0

## 2.4 公司与控股股东、实际控制人之间的产权及控制关系的方框图。



## 三、管理层讨论与分析

## 3.1 报告期内经营情况回顾

2016年，公司实现营业收入117,226,604.69元，同比增长27.11%；营业利润、利润总额和净利润分别为6,716,676.98元、7,682,368.57元和5,871,709.17元，同比增长4.03%、19.15%和21.97%。利润的上升主要是由于公司2016年度经营收入稳定增长，营业收入较上年增加

25,001,724.66 元所致。截至 2016 年 12 月 31 日，公司总资产为 217,486,114.28 元，净资产为 75,332,242.40 元，资产负债率为 65.36%。

### 3.2 竞争优势分析

#### (1) 创新的商业模式优势

公司立足于门窗全屋定制领域，是一家主营定制门窗、智能家居系统及相关产品的研发、生产和销售，涉足五金、门配领域的综合性现代化企业，旗下拥有“金大田”、“东方美御”、“百禄莱”三大品牌。公司以客户为中心，秉承“安全、舒适、健康、环保”的产品理念，专注于“入户门+木门+铝合金门/窗”的精工一体化业务，同时大力发展智能门窗业务，并积极研发智能家居系统。公司现已开发出可实现远程开关、远程智能监控、防盗报警、室内空气质量监测等智能管理的智能门窗产品，实现从产品类别选择、风格设计、下单、安装到售后维护的一体化服务，致力于打造中国门窗定制服务商领先品牌。

公司坚持以客户为中心，专注发展门窗全屋一体化、智能化定制，客户包括经销商、房地产商、装修公司以及个人用户，实行“直销+经销+电商”协同推进的销售模式。针对房地产开发公司和建筑装饰公司等工程类直销客户，由总部采用一体化全屋定制的精准营销方式进行销售。针对中小型客户群体，采用经销商加盟的销售方式，由总部推进经销商渠道下沉，设立经销商专卖店，采用分销、工程、家装、小区、团购多渠道并进的终端营销策略进行销售。针对家用产品用户群，公司积极发展“B2C+O2O”

的线上+线下模式，通过第三方平台和自建平台两种方式积极拓展移动端业务，从体验店引流和线上下订单两头发力来进行线下销售。

公司致力于成为中国领先的综合型门窗整体解决方案提供者，始终坚持为广大家庭提供精工一体化的门窗产品和一体化全屋定制解决方案服务，以满足用户对安全和舒适的个性化追求。未来，公司将通过高度整合公司各项优质资源，持续发展门窗全屋的一体化、智能化定制，并配以产业链整合和电商发展策略，形成“门窗全屋定制+产业链整合与资本运营+电商”的一体两翼公司战略，进而实现中国门窗定制服务商领先品牌的战略目标。

## （2）产品一体化和质量优势

公司地处珠三角经济腹地、“中国不锈钢名镇”——广东佛山，拥有天然的地域优势。公司产品品类丰富，是一家集入户门、房间门、卫浴阳台门为一体的家居门窗个性设计全屋定制的公司。公司对入户门+室内门+厨房门+卫生间门+阳台门+窗户等全屋家居门窗产品进行整体设计，从色彩、造型、理念、风格、文化内涵等各个方面达到完美统一，着力打造产品的一体化，开发出符合现代年轻用户审美需求和家装设计风格的一体化门窗新品，充分展现了从企业端到产品端的一体化集成优势。

公司紧跟门窗产品智能化、环保化的门窗行业发展趋势，大力开发智能门窗及智能家居系统，并已投入市场。公司对产品品质的追求以及以用户为中心的创新产品理念让其先后获得“中国名优产品”、“中国工程建

设推荐产品”、“门窗工匠楷模”、“门窗行业 30 强”、“最受消费者喜爱优秀门窗品牌”、“企业质量信用 AAA 类企业”等系列荣誉。

### （3）销售渠道集成化优势

公司客户包括经销商、房地产商、装修公司以及个人用户，实行“直销+经销+电商”三方协同推进的销售模式。公司营销中心下的销售部设有国内销售部、国外销售部、工程销售部三大部门，从国内外的工程和个人市场多个方向发展。

对不同的客户，公司采用不同的销售模式。针对房地产开发公司和建筑装饰公司等工程类直销客户，由总部采用一体化全屋定制的精准营销方式。公司拥有自己的微信服务号：jdt66633888，用户可以随时随地进入微官网进行产品信息、产品活动的查询，帮助客户进行一体化全屋定制，实行精准营销。针对中小型客户群体，采用经销商加盟的销售方式，由总部推进经销商渠道下沉，设立经销商专卖店，开展分销、工程、家装、小区、团购多渠道并进的终端营销策略。

公司实行“直销+经销+电商”三方齐头并进的 sales 策略，已然成为华南地区优势门窗品牌，公司将以“华南+华中+华东”为基地，辐射全国市场。公司未来将在中高端目标社区打造更多的智能家居形象旗舰店，传播智能生活理念，让智能家居产品真正贴近老百姓的生活，成为百姓看得见摸得着的一种智能享受。

### （4）多品牌运营优势

公司旗下拥有“金大田、百禄莱、东方美御”三大品牌，三大品牌齐齐发力，以满足广大家庭高中低端的产品需求。其中“金大田”、“东方美御”主打中高端，“百禄莱”主打中低端。公司坚持以客户为中心，以产品质量为保障，全面推进品牌建设。实行品牌 CIS 战略，完成了企业歌曲、广告歌曲和大型广告宣传片的制作，并对 VI（视觉识别系统）和 SI（空间识别系统）标准做了进一步规范和升级。与此同时，公司与经销商客户形成战略联盟，销售服务体系立足珠三角，聚焦华南、深耕细作，打造出华南强势品牌，在广大消费者心目中建立起强有力的品牌影响力和品牌美誉度。同时开拓全国市场，输出品牌价值，塑造了良好的中国门窗行业企业形象。

#### （5）技术研发优势

截至 2016 年 12 月 31 日公司目前持有有效专利权及著作权共 61 项。其中公开及审查生效的发明专利 33 项，实用新型专利 9 项，外观设计专利 15 项，软件著作权 4 项，高新技术产品 8 项。

2016 年取得国家高新技术企业证书、佛山市市级/三水区级企业工程技术研究中心、佛山市三水区知识产权示范企业。

### 3.3 经营计划或目标

- 1、计划 2017 年公司销售收入及净利润指标有 50%以上的增长。
- 2、加大对智能产品研发，争取每季度有一次新品发布会。
- 3、对生产设备进行更新改造，提高产能释放。
- 4、深耕华南地区，开拓全国市场；同时对工装渠道加大开拓力度。

5、对品牌进行升级，对品牌宣传进行适当投入。

6、拓宽融资渠道，筹措资金支持经营计划相关项目。

#### 四、涉及财务报告的相关事项

4.1 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，公司应当说明情况、原因及其影响。

不适用

4.2 本年度内发生重大会计差错更正需追溯重述的，公司应当说明情况、更正金额、原因及其影响。

不适用

4.3 与上年度财务报告相比，财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

不适用

4.4 年度财务报告被会计师事务所出具非标准审计意见的，董事会应当对涉及事项作出说明。

不适用

广东金大田家居股份有限公司

董事会

2017年4月27日