

公司代码：603389

公司简称：亚振家居

# 亚振家居股份有限公司

## 2017年半年度报告摘要

### 一 重要提示

- 1 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，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读半年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半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。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 本半年度报告未经审计。
- 5 经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  
无

### 二 公司基本情况

#### 2.1 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	亚振家居	603389	不适用

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	吉雄飞	王庆红
电话	0513-84296002	0513-84296002
办公地址	江苏省如东县曹埠镇亚振桥	江苏省如东县曹埠镇亚振桥
电子信箱	business@az.com.cn	business@az.com.cn

#### 2.2 公司主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末 增减(%)
--	-------	------	---------------------

总资产	1,010,249,159.43	1,022,894,130.59	-1.24
归属于上市公司股东的净资产	846,155,409.05	847,282,087.03	-0.13
	本报告期 (1-6月)	上年同期	本报告期比上年同期增 减(%)
经营活动产生的现金流量净额	2,677,388.44	25,185,002.86	-89.37
营业收入	253,956,060.04	247,293,369.19	2.69
归属于上市公司股东的净利润	22,958,922.02	21,665,006.93	5.97
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	22,164,062.11	21,525,079.17	2.97
加权平均净资产收益率(%)	2.67	5.29	减少2.62个百分点
基本每股收益(元/股)	0.10	0.13	-23.08
稀释每股收益(元/股)	0.10	0.13	-23.08

### 2.3 前十名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末股东总数(户)				19,941		
截止报告期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	股东性质	持股比例(%)	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结的股份数量	
上海亚振投资有限公司	境内非国有法人	64.12	14,040,000	140,400,000	无	0
江苏盛宇丹昇创业投资有限公司	境内非国有法人	3.75	8,210,500	8,210,500	无	0
上海恩源投资管理有限公司	境内非国有法人	3.56	7,800,000	7,800,000	无	0
上海浦振投资管理有限公司	境内非国有法人	3.56	7,800,000	7,800,000	无	0
张令婷	境内自然人	0.46	999,500	0	未知	
胡晓玉	境内自	0.38	824,200	0	未知	

	然人					
沈慧微	境内自然人	0.33	726,100	0	未知	
邵伟军	境内自然人	0.15	339,100	0	未知	
中粮期货有限公司—中粮—民生凯悦二号证券投资集合资产管理计划	未知	0.15	335,800	0	未知	
刘陆峰	境内自然人	0.15	322,900	0	未知	
上述股东关联关系或一致行动的说明	亚振投资持有亚振家居 64.1213%的股权，上海恩源、上海浦振均持有公司 3.5623%的股权，亚振投资、上海恩源和上海浦振均系公司实际控制人高伟、卢美云和高银楠控制的企业。其他无限售条件流通股股东之间以及前十名无限售条件流通股股东与前十名股东之间未知其关联关系或一致行动人情况。					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无					

#### 2.4 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东情况表

适用 不适用

#### 2.5 控股股东或实际控制人变更情况

适用 不适用

#### 2.6 未到期及逾期未兑付公司债情况

适用 不适用

### 三 经营情况讨论与分析

#### 3.1 经营情况的讨论与分析

报告期内,公司始终坚持按新的五年战略规划来谋篇布局,立足用海派艺术家居引领中高端消费市场,顺应国内外家居消费市场变化的大趋势,创新营销模式,走“海派生活方式场景”式的品牌营销之路,坚持实施“多品牌+大家居”战略导向,推进“产品+服务”的精品战略。

公司在上市后秉持产品经营与资本运作相结合的发展之路,进一步增强核心竞争力,将公司打造成为中国海派艺术家居的典范,以期实现回报股东、幸福员工、回馈社会的可持续发展的共赢模式。报告期内,公司实现营业收入 25,395.61 万元,较去年同期增长 2.69%;归属于上市公司股东的净利润为 2,295.89 万元,较去年同期增长 5.97%。

2017 年上半年,针对房地产行业出现的新的变化的客观环境,公司紧紧围绕保持企业持续稳定发展的目标定位,通过品牌运营、渠道拓展、产品设计研发、生产能力扩充、团队建设和人才

吸引、信息化建设等措施，经营管理稳中有进，并在两化融合方面取得较大进展，为今后的快速发展夯实了基础。

### 1、品牌运营

公司坚持以用户体验为核心，通过建立细分市场领导品牌来满足用户差异化的需求，不断提升公司品牌的知名度、美誉度，并结合独特的产品设计及寓意内涵促进品牌推广。

公司针对旗下各子品牌进行了重新梳理定位，并制定了集团产品战略。结合市场的个性化需求，对顾客进行区格管理，对产品进行错层开发，个性化的需求用立体的产品进行覆盖。

### 2、渠道拓展

公司大力建设全国性的营销网络，加强连锁体系建设。公司在上半年根据营销发展战略提出了 2017 年城市发展战略白皮书，分别采用固、守、攻、占、夺、填六种战术继续贯彻“精细的标准+有效的培训+严格的监察+先进的商品管理系统”为一体的连锁运营体系，并计划在部分条件成熟并与经销商达成一致的情况，适度扩大直营经营范围，以进一步挖掘潜力市场，巩固和提高公司产品的市场占有率。公司在营销网络建设方面，主要措施如下：

(1) 加强连锁体系建设，优化现有销售渠道。公司初步形成了包括市场定位、终端管理、品牌推广、人员培训、货品配送和配套服务一体化的连锁体系以及覆盖全国大部分发达城市的连锁网络，带来了良好的品牌宣传效应和经济效应。公司通过与国际知名室内设计师合作，在考虑相关财务指标的情况下通过更时尚、更专业的装潢设计提升终端店铺装潢的档次，给顾客提供更好的购物环境，提高顾客的成交率。

(2) 独立旗舰店建设。报告期内，公司在长沙、秦皇岛、徐州、赣州等具有区域代表性的重要城市增设旗舰店，在区域范围内提升公司整体品牌影响力和市场占有率。独立旗舰店的建设，可以通过大面积的空间集中展示公司旗下的各子品牌产品，提高公司在消费者心目中的价值感受，增强了客户的品牌凝聚力，并进一步拉动附近区域营销网络的销售业绩。

(3) 强化与专业家具卖场的关系。目前，公司的营销网络尚未覆盖全部的省会城市和经济发达城市，拥有广阔的潜在市场。随着中国城镇化进程加快，公司长期合作的专业家具卖场如红星美凯龙、居然之家和吉盛伟邦等也在积极拓展销售网点。公司将利用募集资金加快建设具有发展潜力的专业家具卖场店。

### 3、智能化生产线升级

为了突破产能无法满足公司发展需求的瓶颈，公司在已有的南通两个生产基地的基础上，通过自有资金、募集资金等进一步扩大生产基地，不断提升公司的核心竞争力。

同时，公司在新厂区规划了新的智能制造橱柜类生产线，用以满足日新月异的个性化市场需求。以精益生产的理念和方法为基础，针对客户不同需求，建立制造执行系统，实现按订单进行有限能力排产、计划的下达和过程监控，车间可视化管理，生产过程透明化和异常问题目视化，保障产品质量和订单的及时交付。

### 4、研发领先

公司将 2017 年定义为“设计年”，得到公司最高层对研发创新的高度重视。公司目前的竞争优势和市场地位很大程度上源自于多年来树立的品牌优势和强大的研发实力。为了适应国内市场正在兴起的个性化、多元化消费趋势，公司制定了切实可行的技术研发和创新计划。

公司以优良的工作待遇和工作环境吸引了众多国内外高端家具设计人才加盟公司，在内部也不断挖掘和培养专业人才，同时积极加强与院校的合作，借助外脑外力扩大专业研发团队，持续加大科研经费投入，运用新技术、新工艺、新材料不断开发适应市场需求的新产品，提升产品附加值；提高设计研发中心的软、硬件配置标准，使家具设计、检测、研发、测试等能力达到国际先进水平；以课题研究为抓手，促进研发团队专业化成长，提升公司整体的设计研发实力。

公司引进了先进的 TD 产品设计软件，实现产品三维设计直接与数控设备联动、进一步推动了公司标准化生产、部件化生产、信息化生产进程。

## 5、团队建设

公司在报告期内，对人力资源进行了进一步的有效梳理和配置，对于所有经理级以上人员实行先下岗再竞聘上岗的机制，从而实现了管理人员的优胜劣汰，并进一步实现了干部年轻化、专业化的梯队式建设。报告期公司还进一步完善了培训、考评和薪酬绩效机制，充分调动员工的工作激情和主观能动性，吸引和鼓励优秀人才为公司长期服务。

## 6、两化融合建设

两化融合建设是打造公司未来核心竞争力的重点环节，公司管理层始终高度重视信息化和智能化建设，特别是在 2017 年上半年在生产经营的多个环节实现了较大突破。

(1) 依托 DRP 分销管理软件，将全国各地的直营及经销地区的所销售终端实现了数据一体化管理，并与工厂 ERP 系统无缝对接，结合 CRM 系统建立了全国的客户大数据中心。该平台的建设，对增加终端销售能力管管理能，提高客户服务水准，透视产品研发方向等方面起到重要的作用。

### (2) 打通上下游供应链管理系统

与全国规模以上的供应商通过 SCM 系统已实现无缝对接，供应数据信息自动对接工厂 ERP，并与分销管理系统 DRP 构建了上下游一体化的供应链管理系统，进一步强化了各供应链合作伙伴之间的协同性，实现共同发展。

### (3) 完善了信息化环境中连锁经营模式下的营销服务能力

公司针对连锁经营的销售特点，通过强化门店现场管理、创新售前、售中和售后服务模式，系统部署 CRM、R+门店管理系统、海派云设计、APP 家居导购平台 和“亚振客服”微信公众号等，从门店现场管理、售前客户体验、预购分享、订单成交、订单执行、售后服务、客户信息管理到营销数据的深度挖掘等进行全方位全流程贯彻超出客户预期的理念，大大提升公司营销服务水平和品牌形象。同时在直营区域推行了 R+门店零售终端管理系统，推进了终端门店形象的统一标准化管理和管理规范化。

## 3.2 与上一会计期间相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况、原因及其影响

适用 不适用

## 3.3 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况、更正金额、原因及其影响。

适用 不适用