

公司代码：603180

公司简称：金牌厨柜

**金牌厨柜家居科技股份有限公司**  
**2020 年年度报告摘要**

## 一 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，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上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、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 华兴会计师事务所（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 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

公司 2020 年度利润分配预案为：拟以实施权益分派股权登记日的总股本为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 9 元（含税），同时以资本公积向全体股东每 10 股转增 4 股。

## 二 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	上交所	金牌厨柜	603180	不适用


联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	陈建波	李朝声
办公地址	厦门市同安工业集中区同安园集和路190号	厦门市同安工业集中区同安园集和路190号
电话	0592-5556861	0592-5556861
电子信箱	goldenhome@canc.com.cn	goldenhome@canc.com.cn

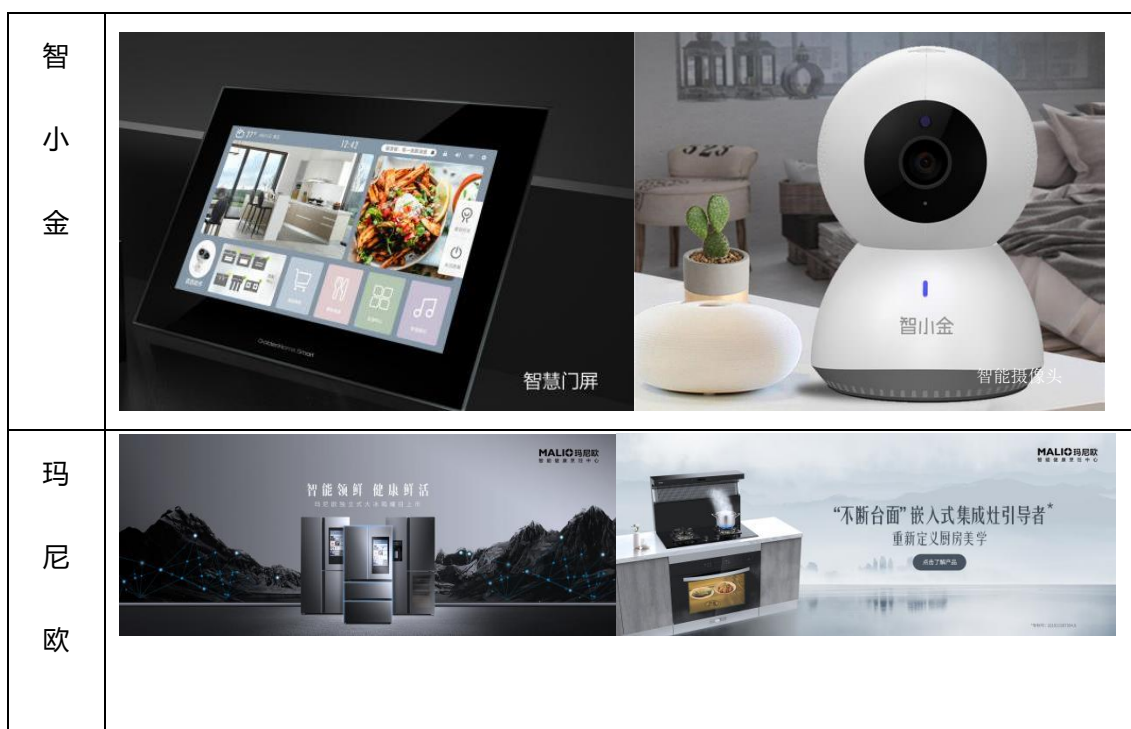
### 2 报告期公司主要业务简介

#### （一）公司主营业务

公司创立于 1999 年，是国内领先高端整体厨柜、定制及智能家居解决方案提供商，为消费者提供专业的整体厨柜、定制及智能家居研发、设计、生产、销售、安装及售后等整体服务。

公司是全国工商联家具厨柜专委会会长单位，中国五金制品协会整体厨房分会会长单位，拥有国家认定“厨房工业设计中心”，先后荣获国家级“智能制造示范企业”、“智能制造综合标准化与新模式应用企业”、“中国驰名商标”等荣誉称号，连续9年蝉联“中国房地产500强首选厨柜品牌”。

类别	产品图片
金牌厨柜	 <p>Two images showcasing kitchen cabinets. The left image, labeled '汉之云', shows a modern kitchen with a large island and a view of a lake. The right image, labeled '天香3', shows a kitchen with a dark island and a red accent wall.</p>
桔家衣柜	 <p>Two images showcasing living room wardrobes. The left image, labeled '科罗娜', shows a living room with a large TV and a circular coffee table. The right image, labeled '蔻蔻2', shows a living room with a circular sofa and a fireplace.</p>
桔家木门	 <p>Two images showcasing living room wood doors. The left image, labeled '都灵', shows a living room with a sofa and a coffee table. The right image, labeled '米兰4', shows a living room with a large window and a door.</p>
桔家云整装	 <p>Two images showcasing living room cloud整装. The left image, labeled '枫丹白露', shows a living room with a large white wardrobe and a coffee table. The right image, labeled '宫廷雪', shows a living room with a large white wardrobe and a dining table.</p>



## （二）公司主要经营模式

### 1、采购模式

公司与主要供应商建立了紧密的战略合作关系，通过签订年度框架合同，根据实际需要下订单。随着采购模式逐渐成熟，公司通过缩短采购周期、针对板材等关键性原料根据价格波动设置适当库存等措施，合理安排生产，逐步降低库存、提高资金使用效率。

### 2、生产模式

公司生产模式为以销定产，通过公司的智能制造系统与大规模敏捷制造技术成果相结合，将订单以标准件及非标准件等方式进行模块化拆分，单一车间生产固定模块、多个车间配合生产，提高单一生产线的标准化水平，实现大规模定制。通过提升大规模定制能力，实现内部的专业化分工，形成高度柔性的生产体系，大幅提高了生产效率。

### 3、销售模式

公司销售模式主要有经销商专卖店销售模式、大宗业务销售模式、直营专卖店销售模式、以及电子商务销售模式等。在前述模式基础上，公司通过不断拓宽营销网络和推动营销创新，提升订单数量和订单单价。

## （三）行业情况

根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司所属行业为家具制造业（C21）中的集成创新行业——定制家具行业。与成品家具相比，定制家具融合个性化设计服务、

大规模定制、标准化安装、兼具现代服务业等鲜明特点，致力为消费者提供个性化家具解决方案。

### 1、定制家具市场规模保持稳步增长

定制家具具有较强的装修属性，需求主要来自首次置业、旧房翻新和住宅精装修等方面，与房地产行业景气度关系较为密切。未来随着棚户区改造工程、精装房快速发展、城镇化水平不断提升，以及存量房更新改造需求增加等影响，预计定制家具行业发展前景依然良好。

### 2、行业发展趋势

#### （1）智能制造

个性化定制将成为家居产业的主流，制造业的核心任务已经从传统的扩大规模向如何满足用户的个性化需求、如何为用户提供全流程个性化体验、如何为用户提供更好的服务方向转变。面对多样、快速变化的市场需求，建立智能化柔性协同生产成为企业核心竞争力。企业需要借助物联网、云计算和大数据等不断涌现的新技术，对制造系统进行柔性化、个性化改造，突破制约大规模定制化生产的关键技术，实现对市场的需求进行快速响应和调整。

#### （2）智能家居

2018 年政府工作报告提出“发展智能产业,拓展智能生活”，大力推动人工智能技术的成熟以及商业化应用，智能家居将加速从“概念”向“落地”发展。同时，智能家居的应用领域从家电、安防等向家具领域扩展，智能厨房等产品迅速进入市场。但智能家居是一个“系统工程”，只做到家电、家具单品的智能化是远远不够的，互联互通的一体化智慧场景化体验才是未来定制家居大势所在。定制家居定制的核心是以人为本的场景设计，是以客户需求及客户数据为中心，围绕场景为基础，更多的把智能化的产品服务植入设计，从而更好的服务于用户。

#### （3）全屋定制

全屋定制的发展，是由消费者的需求逻辑所驱动的。房价上涨和居住空间小，使消费者期望更高效利用空间；而生活品位的提高，使消费者对整体效果、风格匹配提出更高要求。满足一站式采购、空间整体解决方案、整体设计等的全屋定制，将成为家具市场的必然趋势。但从单品定制到全屋定制，对定制家具企业而言不是单纯的品类延展，对企业的研发设计、技术工艺、信息技术、生产制造等提出较高要求。

#### （4）全渠道营销

近两年无论是基于抖音、今日头条等新媒体，还是 KOL/网红经济，新兴用户的触达方式趋于更加多元，流量呈现碎片化。定制家居将面对的是互联网的原居民，是通过智能手机教育起的用户；用户的变化带来了渠道的巨大裂变，渠道影响力的着眼点也发生很大的变化，积极拥抱新消

费者，全渠道营销成为不可避免的趋势。

### 3、市场竞争格局

目前家具行业集中度较低，2017 年来多家定制品牌企业成功上市，并且借助资本市场加速渠道布局、整合产业链、延伸品类，获得远超行业的业绩增长，抢占中小企业市场份额。同时，地产、互联网、家电等企业纷纷跨界进入家装乃至家具行业，产品线逐步向家具行业延伸，将加剧家具行业竞争。此外，受益于消费升级，消费者对品牌、设计、售后服务等的关注，以及国家环保门槛的提高，中小家具企业的生存空间受到进一步挤压。预计受资本、消费升级等因素推动，家具市场份额将不断向全国性品牌集中。

## 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

	2020年	2019年	本年比上年 增减(%)	2018年
总资产	3,485,802,782.09	2,676,157,605.54	30.25%	1,853,448,529.49
营业收入	2,639,838,958.16	2,125,444,791.62	24.20%	1,701,677,972.74
归属于上市公司股东的净利润	292,652,401.61	242,496,668.92	20.68%	210,190,541.74
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	237,338,174.11	197,751,921.59	20.02%	161,723,462.26
归属于上市公司股东的净资产	1,825,803,909.99	1,210,907,141.16	50.78%	982,699,565.30
经营活动产生的现金流量净额	673,089,121.37	402,125,219.51	67.38%	325,384,359.32
基本每股收益（元/股）	3.12	2.61	19.54%	2.24
稀释每股收益（元/股）	3.08	2.61	18.01%	2.24
加权平均净资产收益率（%）	21.28	22.92	减少1.64个百分点	22.65

### 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	267,197,139.11	561,467,196.27	786,539,121.59	1,024,635,501.19
归属于上市公司股东的净利润	6,394,813.60	55,076,274.46	87,150,510.21	144,030,803.34

归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-16,494,878.06	44,620,390.37	74,843,502.47	134,369,159.33
经营活动产生的现金流量净额	-282,240,766.53	316,366,590.18	268,835,776.04	370,127,521.68

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

#### 4 股本及股东情况

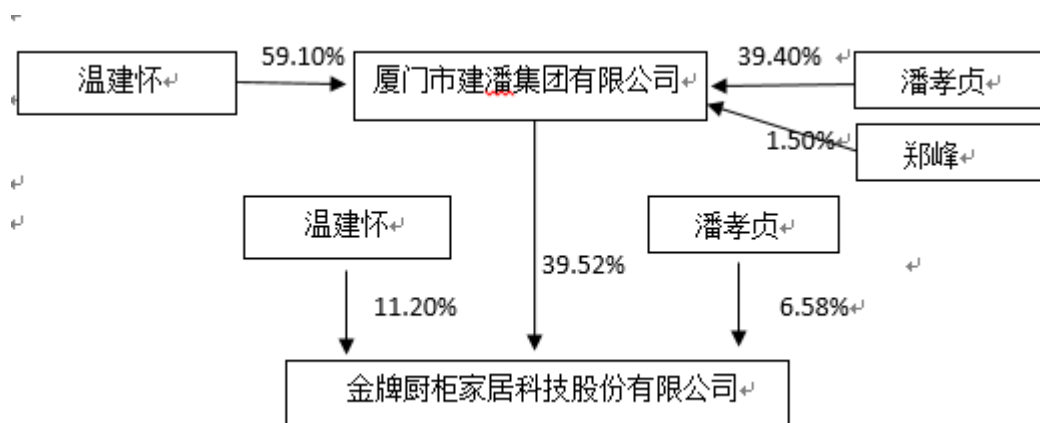
##### 4.1 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末普通股股东总数（户）					12,709		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					8,729		
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	
厦门市建潘集团有限公司	11,660,212	40,810,743	39.52	0	质押	8,040,000	境内非国有 法人
温建怀	3,303,030	11,560,604	11.20	0	质押	3,550,000	境内自然人
潘孝贞	1,942,472	6,798,651	6.58	0	质押	645,000	境内自然人
温建北	971,236	3,399,325	3.29	0	无	0	境内自然人
潘美玲	776,574	2,718,010	2.63	0	质押	2,169,210	境内自然人
北京诚通金控投资有限公司	1,799,361	1,799,361	1.74	0	无	0	境内非国有 法人
温建河	443,990	1,417,092	1.37	61,711	质押	300,000	境内自然人
潘宜琴	439,480	1,416,517	1.37	53,887	质押	599,700	境内自然人
中国工商银行股份有限公司 一天弘文化新兴产业股票型 证券投资基金	1,126,244	1,126,244	1.09	0	无	0	其他
厦门谦程初启股权投资有限 合伙企业（有限合伙）	170,864	740,760	0.72	0	无	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明		1、上述前十名及前十名无限售条件股东中，温建怀、潘孝贞为公司一致行动人，合计持有建潘集团 98.5% 股权。温建怀、温建北与温建河为兄弟。潘孝贞和潘宜琴为兄妹关系，潘美玲为潘孝贞侄女。 2、其余股东之间是否存在关联关系，或者是否属于一致行动人未知。					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说		不适用					

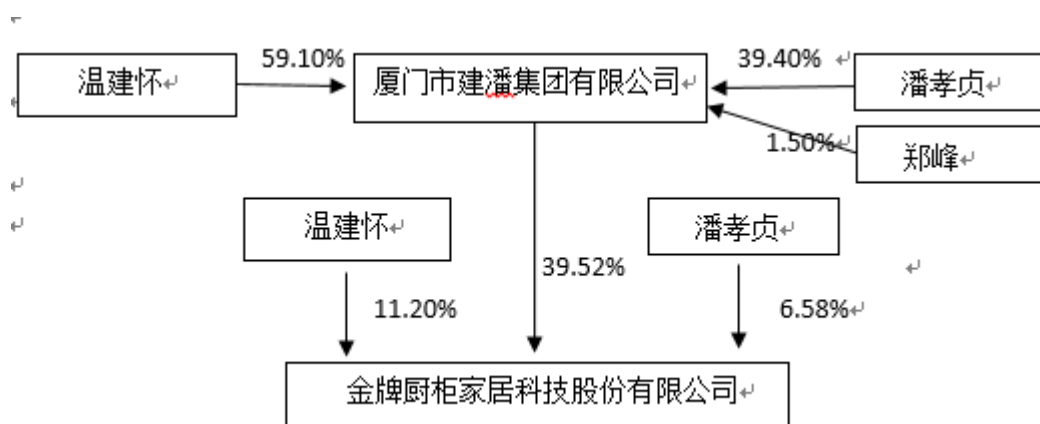
#### 4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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

#### 5 公司债券情况

□适用 √不适用

### 三 经营情况讨论与分析

#### 1 报告期内主要经营情况

面对突如其来的新冠肺炎疫情和复杂严峻的宏观经济形势，公司全体员工在董事会的领导下，营销方面以营销数字化为引擎，积极拥抱零售线上化趋势，整合线上、线下资源赋能经销商。渠道方面，创新渠道模式，加快市场覆盖，推动品类发展；聚焦精装工程市场突破，打造新的业绩



增点。研发方面，首创抗菌新技术，引领健康厨房新标准。

2020年公司实现营业收入26.40亿元，同比增长24.20%；实现归属于上市公司股东的净利润2.93亿元，同比增长20.68%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润2.37亿元，同比增长20.02%。

疫情发生后，公司迅速推出股权激励计划，有效激发了员工的信心、士气，为公司全年经营目标的实现提供了有力保障。剔除本次股权激励费用摊销影响，公司报告期实现归属于上市公司股东的净利润为3.14亿元，同比增加30.57%，扣除非经常性损益的净利润为2.58亿元，同比增加32.16%。报告期，受订单增长推动及强化各项费用支出，公司2020年度实现经营性活动产生的现金流净额为6.73亿元，同比增长67.38%；报告期末，公司预收账款存量达4亿元，同比增长高达39%。

2 导致暂停上市的原因

适用 不适用

3 面临终止上市的情况和原因

适用 不适用

4 公司对会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明

适用 不适用

详见本报告“第十一节 财务报告 三、财务报表附注（四）、一、财务报表的编制基础 44、重要会计政策和会计估计的变更”

5 公司对重大会计差错更正原因及影响的分析说明

适用 不适用

6 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。

适用 不适用

序号	子公司名称	占股比	本期	上期
1	福州建潘卫厨有限公司	100%	合并	合并
2	杭州建潘卫厨有限公司	100%	合并	合并
3	陕西建潘厨卫有限公司	100%	合并	合并
4	上海建潘卫厨有限公司	100%	合并	合并
5	无锡建盈卫厨有限公司	100%	合并	合并
6	宿迁瑞渝投资合伙企业（有限合伙）	100%	合并	合并
7	JPCG SINGAPORE PTE. LTD	100%	合并	合并
8	MIG S. R. L	100%	合并	合并
9	GOLDEN HOME INTERNATIONAL INC.	100%	合并	合并

10	GOLDEN HOME AUSTRALIA PTY LTD	100%	合并	合并
11	厦门金牌桔家云整装科技有限公司	80%	合并	合并
12	江苏金牌厨柜有限公司	100%	合并	合并
13	厦门金牌厨柜安装服务有限公司	100%		合并
14	厦门智小金智能科技有限公司	100%	合并	
15	厦门市橙鸟美家科技有限公司	80%	合并	
16	金功夫（厦门）信息科技有限公司	90%	合并	
17	成都金之桔家居有限公司	55%	合并	
18	成都金牌厨柜家居科技有限公司	100%	合并	
19	厦门转吧数字文化传播有限公司	55%	合并	
20	长沙金之桔家居有限公司	55%	合并	
21	Biscayne Cabinetry Inc			