

公司代码：603268

公司简称：松发股份

广东松发陶瓷股份有限公司
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

经华兴会计师事务所（特殊普通合伙）出具标准无保留意见审计报告，2020年度，公司实现归属于母公司所有者的净利润为1,619,513.53元，母公司实现净利润-22,878,654.45元，根据《公司章程》规定，本期不提取法定盈余公积金，母公司当年实现可分配利润为0元，加上年初未分配利润86,904,131.55元，2020年期末母公司累计可供分配利润为64,025,477.10元。

综合考虑公司当期经营业绩和公司资金情况、主营业务持续发展的资金需求，为保障公司合理充裕的现金流及可持续发展，公司2020年度利润分配方案拟定为：不派发现金红利、不送红股、不以资本公积转增股本。该分配方案尚需提交公司2020年年度股东大会审议通过。

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	上海证券交易所	松发股份	603268	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	李静	吴佳云
办公地址	广东省潮州市枫溪区如意路工业区C2-2号楼	广东省潮州市枫溪区如意路工业区C2-2号楼
电话	0768-2922603	0768-2922603
电子信箱	lijing@songfa.com	sfzqb@songfa.com

2 报告期公司主要业务简介

（一）主营业务及业务模式

公司是一家集研发、设计、生产、销售及服务于一体化的专业化、高品质日用瓷供应商，主要经营家瓷、定制瓷、酒店瓷、陶瓷酒瓶等陶瓷用品。报告期内，主营业务收入的主要来源为陶瓷业务和教育业务。

1、陶瓷业务

松发因瓷而生，用心做瓷，公司产品涵盖餐具、茶具、咖啡器皿、陈列瓷、艺术收藏瓷、陶瓷酒瓶、酒店用品等陶瓷用品以及不锈钢、水晶及玻璃等家居用品。

采购方面：公司产品生产的主要原材料有高岭土、长石、石英、硅酸锆、瓷泥、釉料、花纸和包装物品等，高岭土主要采购自广东、福建、湖南等高岭土主产区，瓷泥除了部分由自身的瓷泥车间生产供应以外，有一部分向周边的瓷泥厂商购买；主要的能源有液化石油气和天然气，基本向附近的能源供应企业采购，公司所在地能源供应稳定、充足，且公司与主要能源供货商建立了长期稳定的合作关系，能源采购得到了良好保障。

生产方面：公司外销产品采用以销定产为主，内销产品采用以销定产和库存生产相结合的生产模式，主要供应家庭用瓷、酒店用瓷和商务定制瓷。产品的生产经营模式方面，公司采用ODM/OEM与自主品牌相结合的生产经营方式。

销售方面：外销产品采用以销定产模式，主要是中高档日用陶瓷产品，客户群体主要为酒店、连锁商超及经销商，从分布区域来看，公司产品主要销往欧洲、北美洲、澳洲、中东等地区；内销产品采用以销定产和库存生产相结合模式。

2、教育业务

公司在线教育业务为控股子公司“醍醐兄弟”所有，主要是为线上教育机构提供在线教育直播技术服务及音视频互动直播服务。“醍醐兄弟”主营业务主要包括麒麟云、多贝云、专网通以及其他的基础服务。

（二）行业情况说明

根据《国民经济行业分类注释》（GB/T4754-2017），公司属于“307 陶瓷制品制造”中的“3074 日用陶瓷制品制造”；根据《2020年4季度上市公司行业分类结果》，公司属于“C30 非金属矿物制品业”。

日用陶瓷是日常生活中人们接触多且熟悉的瓷器，如餐具、茶具、咖啡具、酒具等。我国的日用陶瓷总产量位居世界第一位，陶瓷制品也是我国出口创汇的主要产品之一，但行业仍整体效率偏低，技术水平不高，缺乏品牌力。此外，受国家节能环保政策的影响，日用陶瓷行业的发展模式也正在发生转变，从过去以“量增长”为主的模式转向“调整优化存量、做优做强增量”并存。

随着人们对安全、健康和环保等问题的关注度不断提高，消费者对与食品接触的陶瓷制品的要求不只是简单的经济实用。高品质、外观造型美、低铅、镉溶出量、热稳定性好将成为消费者选购陶瓷产品重要的参考指标，陶瓷产品的艺术化、多元化、绿色健康化、个性化成为市场发展

的必然趋势。

在国际日用陶瓷市场上，英国的“皇家道尔顿”、日本的“诺里塔克”、德国的“唯宝”等均是国际知名品牌，这些品牌的形成都有较长的历史文化背景，且长期坚持精品化路线。中国陶瓷行业缺乏国际知名品牌，整个行业主要依赖代加工业务，产品替代性高，行业大而不强。陶瓷企业应加强品牌运营管理，努力实现由产品输出向品牌输出的转型，从而不断提高产品的附加值和市场竞争能力。未来，只有通过品牌形象的塑造，使企业的特色鲜明，具有统一性和稳定性，并蕴含深刻品牌文化的企业，才能拥有可持续的发展之路。

2020年伊始，在新冠疫情的冲击下，陶瓷行业的生产经营活动停摆，但企业的场地、租金、工资、社保等各种费用仍需要照常支出，中小企业普遍现金流紧张，不少小企业纷纷被淘汰关闭，这也对规模企业带来更大的挑战和机遇，更多陶瓷企业把营销重心转移至线上。从最初的网上开店、建立电子商务平台的“互联网+”，到创新联动线上直播与线下零售体验，疫情下的直播加速了行业的线上转型，也加速了行业数字化的到来。“线上+线下”联动发展，成为陶瓷企业品牌传播的发展新方向。

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	1,124,236,799.05	1,220,924,014.80	-7.92	1,258,530,188.48
营业收入	446,318,598.99	580,368,752.36	-23.10	591,024,458.51
归属于上市公司股东的净利润	1,619,513.53	28,406,911.65	-94.3	37,625,774.28
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,060,115.21	27,105,125.51	-96.09	30,425,887.75
归属于上市公司股东的净资产	670,204,231.09	644,788,008.89	3.94	623,118,041.70
经营活动产生的现金流量净额	65,447,696.29	78,757,925.09	-16.90	43,647,036.02
基本每股收益(元/股)	0.01	0.23	-95.65	0.30
稀释每股收益(元/股)	0.01	0.23	-95.65	0.30
加权平均净资产收益率(%)	0.25	4.49	减少4.24个百分点	6.04

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	72,190,886.69	97,842,775.72	116,567,578.29	159,717,358.29
归属于上市公司股东的净利润	-4,493,595.06	5,769,807.76	5,845,441.57	-5,502,140.74
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-6,524,183.70	5,299,064.05	5,296,203.65	-3,010,968.79
经营活动产生的现金流量净额	14,076,261.55	15,425,791.12	892,528.55	35,053,115.07

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

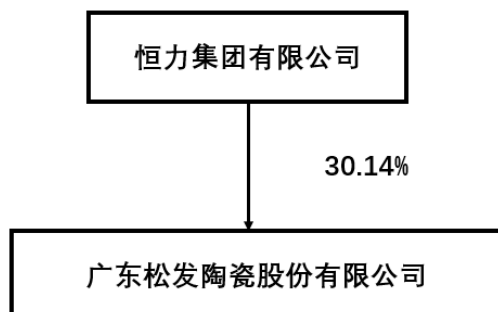
4.1 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末普通股股东总数（户）						5,827	
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）						5,647	
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	
恒力集团有限公司	0	37,428,000	30.14	0	无		境内非国有 法人
林道藩	0	27,644,000	22.26	0	质押	14,300,000	境内自然人
刘壮超	0	7,392,000	5.95	0	质押	7,392,000	境内自然人
张利红	5,290,739	5,290,739	4.26	0	无		境内自然人
刘爽	3,783,855	3,783,855	3.05	0	无		境内自然人
曾文光	-100	2,181,660	1.76	0	无		境内自然人
林秋兰	0	1,764,000	1.42	0	无		境内自然人
扶绥正心修身网络 科技合伙企业（有限 合伙）	0	1,486,100	1.20	0	无		境内非国有 法人
谢遂兰	0	903,814	0.73	0	无		境内自然人
徐群华	-13,827	776,193	0.63	0	无		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，林道藩为公司董事兼总经理，林秋兰为公司副总经理，两人系父女关系。此外，未知其他股东是否存在关联关系或一致行动人关系。						
表决权恢复的优先股股东及持股 数量的说明	不适用。						

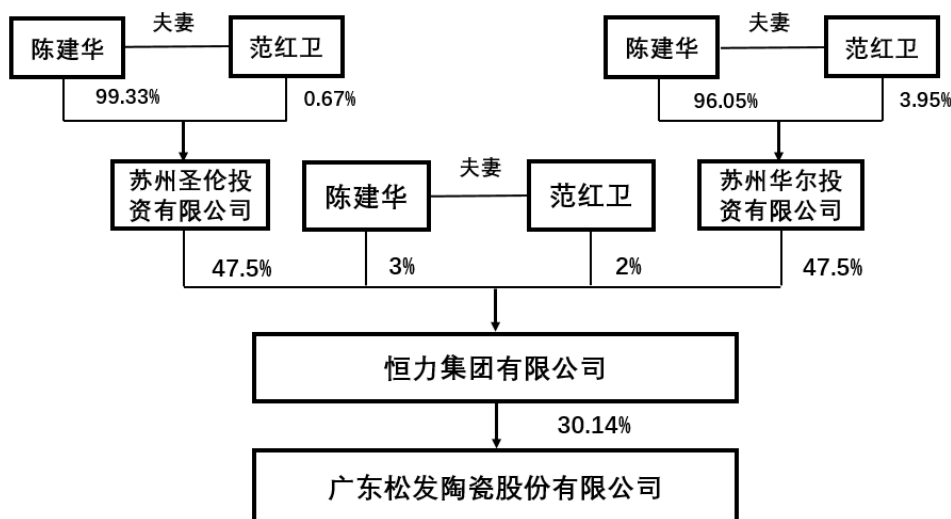
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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

报告期内，公司实现营业收入 446,318,598.99 元，较上年同期下降 23.10%；归属于母公司的净利润 1,619,513.53 元，较上年同期下降 94.30%；每股收益 0.01 元，同比下降 95.65%；扣除

非经常性损益后每股收益 0.01 元，同比下降 95.45%。

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

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

本公司报告期内纳入合并范围的子公司共 8 户、孙公司 2 户及重孙公司 1 户，子公司分别为潮州市雅森陶瓷实业有限公司、潮州市松发陶瓷有限公司、广州松发酒店设备用品有限公司、潮州市联骏陶瓷有限公司、北京松发文化科技有限公司、北京醍醐兄弟科技发展有限公司、广东松发创赢产业基金管理合伙企业（有限合伙）和广州松发家居用品有限公司；孙公司为北京多贝兄弟信息技术有限公司、深圳市嘉和陶瓷有限公司，重孙公司为霍尔果斯真网互动科技有限公司。公司本期的合并财务报表范围发生变化，新增子公司广州松发家居用品有限公司。详见本附注七、在其他主体中的权益 1、企业集团的构成。

本公司财务报告业经公司董事会于 2021 年 4 月 26 日决议批准。