

证券代码：002678

证券简称：珠江钢琴

公告编号：2016-054

# 广州珠江钢琴集团股份有限公司 2016 年半年度报告摘要

## 1、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读同时刊载于巨潮资讯网或深圳证券交易所网站等中国证监会指定网站上的半年度报告全文。

公司简介

股票简称	珠江钢琴	股票代码	002678
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	杨伟华	谭婵	
电话	020-81514020	020-81514020	
传真	020-81503515	020-81503515	
电子信箱	yang@pearlriverpiano.com	tc@pearlriverpiano.com	

## 2、主要财务数据及股东变化

### (1) 主要财务数据

公司是否因会计政策变更及会计差错更正等追溯调整或重述以前年度会计数据

是  否

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	733,554,947.76	707,096,429.51	3.74%
归属于上市公司股东的净利润（元）	82,631,421.44	91,027,563.26	-9.22%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	76,301,629.64	90,336,100.60	-15.54%
经营活动产生的现金流量净额（元）	-86,726,595.33	-77,948,713.52	-11.26%
基本每股收益（元/股）	0.09	0.10	-10.00%
稀释每股收益（元/股）	0.09	0.10	-10.00%
加权平均净资产收益率	4.19%	4.83%	-0.64%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
总资产（元）	2,826,744,799.86	2,464,196,061.11	14.71%
归属于上市公司股东的净资产（元）	1,936,117,239.18	1,919,088,550.28	0.89%

### (2) 前 10 名普通股股东持股情况表

报告期末普通股股东总数	24,083				
前 10 名普通股股东持股情况					
股东名称	股东性质	持股比例	持普通股数	持有有限售条件的普通股数量	质押或冻结情况

			量		股份状态	数量
广州市人民政府国有资产监督管理委员会	国有法人	81.85%	782,496,000		0	
中央汇金资产管理有限责任公司	国有法人	0.99%	9,483,500		0	
广州市金宏利投资集团有限公司	境内非国有法人	0.83%	7,930,000		0	
广州无线电集团有限公司	国有法人	0.83%	7,904,000		0	
福州龙鑫房地产开发有限公司	境内非国有法人	0.49%	4,670,028		0	
瞿秀云	境内自然人	0.48%	4,577,150		0	
吴晨鑫	境内自然人	0.40%	3,867,208		0	
中国人寿保险股份有限公司—传统—普通保险产品-005L-CT001深	其他	0.36%	3,473,900		0	
严文华	境内自然人	0.36%	3,422,925		0	
瞿理勇	境内自然人	0.31%	2,923,576		0	
上述股东关联关系或一致行动的说明	广州无线电集团有限公司是广州市人民政府国有资产监督管理委员会下属企业，未知上述其他股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于《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。					

### (3) 前 10 名优先股股东持股情况表

适用  不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

### (4) 控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

适用  不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

适用  不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

## 3、管理层讨论与分析

2016年上半年，全球经济与政治不确定性加剧，国内经济下行压力加大，全球钢琴市场持续低迷，国内钢琴市场竞争更趋白热化。面对复杂的经济市场环境，公司积极响应党中央供给侧改革号召，坚持创新发展、国际运营、培育品牌，继续积极推动钢琴产业高端升级，积极探索现有业务与互联网的融合创新，深化智能钢琴和艺术教育领域布局，持续巩固全球产销领先的市场地位，降低经营风险，提升企业盈利能力。

#### (一) 业绩方面

报告期内，公司实现营业收入73,355.49万元，同比增长3.74%；归属于上市公司股东的净利润8,263.14万元，同比减少

9.22%。基本每股收益0.09元，同比减少10.00%。

### 1、结构调整使主营业务收入保持稳定并略有增长

2016年上半年公司主营业务收入为72,577.46万元，同比增长3.77%，公司高端产品的持续增长和数码乐器的持续发展成为公司营业收入的增长点。

### 2、成本费用有所增加

报告期内，公司成本费用总额为64,739.49万元，同比增长5.86%；成本费用总额占营业收入的比重为88.25%，其中：报告期内营业成本51,384.32万元，同比增加4.86%；2016年上半年主营业务毛利率29.53%，同比减少0.52个百分点。三项期间费用11,453.09万元，同比增长13.19%。

(1) 销售费用3,003.05万元，同比增加33.44万元，主要是促销费用及宣传费用增加。

(2) 财务费用65.17万元，同比减少78.33万元，减少原因主要是投资收购的汇兑收益所致。

(3) 管理费用8,384.86万元，同比增加1,379.77万元，列入管理费用的研究开发费为4,062.03万元，同比增长6.94%，主要是：公司加大研发力度、研发费用增加及报告期内收购舒密尔等咨询费增加所致。

### 3、现金流的情况

2016年上半年公司经营活动产生现金流量净额-8,672.66万元，对比上年减少877.79万元，主要原因是购买商品、接受劳务所支付的现金增加所致。投资活动产生的现金流量净额-13,561.58万元，对比上年现金流入减少6,337.05万元，主要是今年购买增城（二期）建设用地支出增加所致。筹资活动产生的现金流量净额1,653.51万元，对比上年现金流入增加4,624.70万元，主要是去年向广州市人民政府国有资产监督管理委员会支付了近7,000万元的2013年前离退休人员社会化安置费用余额。

#### (二) 钢琴业务方面

**1、钢琴产业向国际化、高端化转型升级。**1月，公司全资子公司珠江钢琴集团欧洲有限公司与舒密尔两公司签署了股权收购框架协议，5月13日正式收购了舒密尔90%的股权。舒密尔是一家享誉世界的德国高端钢琴制造厂商，具有超过百年的钢琴生产历史。本次交易有利于集团公司整体提升品牌形象，优化钢琴产品结构，提升高端产品占比及毛利率水平，加速推进品牌、生产、人才、技术的国际化运作，进一步提升公司核心竞争力。

**2、持续优化产品销售结构及经营模式。**(1) 产品销售结构布局持续优化。报告期内，公司持续巩固了全球产销规模第一地位。营销网点布局进一步完善，国内二三线城市新增客户24家，专卖店新增12家，形象店建设10家。(2) 积极探索乐器营销新业态。积极运用互联网思维进行制造业的创新探索，与讴歌、念琴、星空等新兴乐器销售渠道合作，通过天猫、京东线上品牌旗舰店，采用O2O、B2C等模式，探索互联网时代的智能营销、智能制造；继续增加电商平台入口，新开设珠江钢琴淘宝网店，并采取了增加销售品种、提升经销商售后服务水平和收入、加大电商宣传推广等举措，有效促进了电商产品的销售，上半年电商平台销售收入同比增长12.42%。

**3、持续研发高端钢琴制造技术。**(1) 推进产品设计优化升级。上半年新研发产品型号共35个，主要包括恺撒堡KH-A/B/C/D系列高档琴、埃诺IN-S系列智能钢琴等，与国际品牌的合作研发全新的击弦共鸣系统，并在集团KH/F系列产品上使用，现新产品已投产18款，其余17款正在研制中，部分新产品将在10月上海国际乐器展上亮相。(2) 开展改进实验提质增效。开展新材料、新工艺改进试验125项，完成试验84项，已有15项投入实施，8项作为技术储备，其中，加大键盘大呢毡圈密度等试验提升了钢琴的弹奏性能，三角琴外圈数控抛光机等数控设备的应用提升了产品质量和生产效率，降低了工人的劳动强度。(3) 专利奖项申报卓有成效。获得专利授权15项，其中发明专利授权3项，到目前为止，已拥有技术专利129项，其中发明专利31项。参与了《乐器音准装置及准确度等级判定》、《自由低音手风琴》两份行业标准的修订，预计2017年颁布实施。公司创新工作也赢得了相关政府部门和协会的肯定，上半年共完成了中国标准创新贡献奖等13个项目的申报，并已获得广东省创新型企业的认定。恺撒堡KA121B型立式钢琴获得第一届中国轻工业优秀设计奖。

**4、联手阿里云筹建珠江乐器云服务平台。**为更深层次融合互联网+，公司启动了国内首个大型互联网乐器服务平台--珠江乐器云服务平台建设，项目聚焦钢琴后服务存量市场及音乐用户的潜在增量市场，在开展传统钢琴后服务业务的基础上，沿着钢琴后服务价值链，围绕钢琴、客户及用户，展开互联网业务场景构建；进一步完善公司服务体系，构建公司“制造-租售-服务-教育”的产业链闭环，提升整个产业链效率。目前，珠江乐器云服务平台实施主体广东琴趣网络科技有限公司已完成工商注册登记，各方面前期筹备工作已陆续开展。此外，公司还与阿里云达成战略合作，将运用珠江钢琴的用户资源优势以及阿里云的云服务覆盖优势，在技术支持、大数据共享、人才培养等各方面进行合作，致力打造传统产业转型互联网+的示范性项目。

**5、开展增城国家文化产业基地（二期）项目。**为促进公司钢琴产业进一步优化升级，公司启动了增城国家文化产业基地二期项目，拟将渔尾西路厂区生产线分期迁入增城国家文化产业基地（二期）项目基地，使公司钢琴业务实现零部件统一配置，实现内部资源优化；并结合公司钢琴主业发展规划，增加中高端钢琴产能，开展传统声学钢琴智能化改造，为集团钢琴产业持续向高端发展奠定基础。目前，该项目已签订土地合同，地块正在平整中，前期准备工作已如期开展，确保今年开工建设。

**6、创新市场推广策略提升知名度美誉度。**通过微信、微博、官网等自媒体及时发布企业动态，增加企业的曝光度；及时关注和处理网络舆情及侵权行为，确保了良好的市场秩序及环境；继续开展珠江 恺撒堡奖学金活动，与重庆师范大学、海南师范大学等25家高校签订了奖学金并举办音乐会及颁奖仪式，有效提升了珠江钢琴品牌在专业市场的知名度美誉度；先后在茂名、乌鲁木齐、石家庄、宁波等17个城市与陈韵劼、谭璐等著名钢琴家联合举办音乐会和新品展示会等等；通过多种活动渠道增强企业与专业院校、经销商和市场的沟通联系，在培育人才、提高艺术文化素质的同时大力推广宣传企业品牌及产品，形成良好的社会舆论氛围。

#### (三) 数码乐器方面

**1、业绩持续快速增长。**上半年，数码乐器营业收入3502.03万元，比增23.13%。数码钢琴已连续五年保持了高速的增长速度，为促进数码产业做强做大，公司已正式启动数码产业证券化工作，相关工作正在筹备中。

**2、研发高端数码技术。**继续加大与日本KORG公司、德国、意大利著名数码乐器企业的合作力度，并聘请业内知名专

家为高级技术顾问，开展了书桌型数码钢琴、独立音箱数码钢琴、考级专用琴等多款数码产品的研发升级工作，并介入MIDI键盘、电子鼓、电吉他贝司音箱、效果器等中国市场新产品，培育新的销售增长点。

**3、市场营销积极推进。**继续推广珠江钢琴艺术教育集体课音乐教室，提前抢占新兴市场并做好项目开发与执行；在安徽合肥、广西南宁、广东佛山等地推出珠江艾茉森6+1智能教室推广会；加强与各大电商的合作，加盟琴网，实现产品线上线下同步销售；并先后举行了首届珠江艾茉森杯数码钢琴少儿演艺大赛、首届“寻找广东最美幼教人”大型公益活动、亮相第七届神州唱响全国高校声乐展演等品牌音乐活动；参加了广州国际展览会、法兰克福国际乐器展、武汉国际乐器展、第70届中国教育装备展览会、2016全国学前教育发展大会暨第七届华南国际幼教产业博览会，提高了艾茉森的品牌知名度，促进了产品销售。

(四) 加快文化教育产业发展，推进文化企业转型

**1、推进全国文化艺术教育中心建设项目发展。**为打造珠江艺术培训和教育品牌，加速公司文化艺术培训和教育业务的发展，加速公司从制造业向综合文化服务平台的复合产业结构的转变，公司计划在广州、北京、上海等国内主要省会中心城市建立3家艺术教育中心店和12家艺术教育旗舰店及建立5家艺术联考培训中心，建设全国性文化艺术培训和教育实体店。公司已于上半年在广州海港城建设艺术教育旗舰店，在广州天河南开设了艺术教育社区店，并投资设立广州珠江钢琴文化艺术发展有限公司，统一管理集团公司广州地区艺术教育板块各直营实体，并逐步将广州经营模式推广到全国。

**2、推进艺术培训实体全国布局。**大力推进珠江钢琴艺术教室、珠江钢琴超级合伙人等一系列艺术教育品牌建设工作，上半年，珠江埃诺的主要业务珠江钢琴艺术教室门店加盟数量达92家，共覆盖22个省份；发展城市代理商32家；爱上系列课程合作商保持130家；完成师资培训330人次；在广州、重庆、成都、合肥举行了四场大型项目推介会，参与618海峡项目成果交易会，设置了双创展区和电信智慧家庭展区，珠江智能IN系列钢琴以智慧家庭新成员的定位备受热捧。

**3、推动影视传媒业务做大做强。**积极拓展影视传媒类业务，上半年，珠广传媒公司投资的《因为爱情，所以幸福》、《情迷睡美人》已在湖南、江西、河南卫视上线播放，新增700万元用于海宁北辰《咱家》电视剧项目，并与广州嘉羽广告有限公司共同出资成立影视制作公司“浙江东阳珠广新影传媒有限公司”，总投资600万元，珠广传媒持股60%。浙江东阳目前开展的主要业务有：文化传媒、影视制作、艺人经纪、摄影器材租赁等。八斗米公司继续做好现有业务的维护和拓展，主动谋求开拓新的市场业务，以互联网新业务模式向市场获取效益，积极探索商业模式的转型升级。

**4、推进广州文化产业创新创业孵化园项目建设。**公司拟将渔尾桥厂区打造为大型的文化创新创业孵化园区，打造具有影响力的综合文化产业运营平台，为文化产业创业企业提供综合服务，实现公司文化服务、文化产业投资的布局。目前，公司已完成厂区的更新改造初步方案及项目的立项、环评工作；现该项目已被纳入广州市2016年城市更新计划。

(五) 品牌建设方面：

**1、积极举办60周年系列品牌活动。**抓住企业成立60周年时机，开展了系列品牌宣传活动，包括组织“我们一起走过的岁月”珠江钢琴60周年庆征文比赛活动、围绕珠江钢琴集团60周年工匠精神、非公开发行A股股票、收购舒密尔、新型研发机构等主题，接待多家媒体报道，增加了企业曝光率和美誉度，树立了良好的企业形象；参与广州大剧院5-10月举行的2016《周末歌剧》活动，恺撒堡钢琴被选定为活动唯一指定用琴；推动品牌再次亮相央视特别节目《军营大拜年》、《谁是战士之星》，进一步提升了珠江钢琴品牌的知名度和美誉度。

**2、大力开展国际品牌形象建设。**参展2016美国国际乐器展、德国法兰克福国际乐器展等，在美国国际乐器展上，公司荣获2016NAMM特别贡献奖，是国内唯一获得此奖项的乐器企业；全系列产品荣获MMR最佳声学奖，是唯一斩获此奖的钢琴全系列产品；组织参与由联合国科教文组织主办的巴黎国际多元文化节，在法国巴黎卢浮宫大教堂举办“珠江 恺撒堡之夜音乐会”，得到法国中文网、欧洲时报、法国中文电视台、旅法华人战报等媒体的广泛关注和报道，有效扩大了品牌的国际影响力。

## 4、涉及财务报告的相关事项

### (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情况说明

适用  不适用

公司报告期无会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况。

### (2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用  不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

### (3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用  不适用

新增了广州珠江钢琴文化艺术发展有限公司、舒密尔管理有限责任公司、浙江东阳珠广新影传媒有限公司。

**(4) 董事会、监事会对会计师事务所本报告期“非标准审计报告”的说明**

适用  不适用