

证券代码：002035

证券简称：华帝股份

公告编号：2017-014

华帝股份有限公司 2016 年年度报告摘要

一、重要提示

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，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

董事、监事、高级管理人员异议声明

姓名	职务	内容和原因
----	----	-------

声明

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
-----------	-----------	-----------	--------

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

是否以公积金转增股本

是 否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 363,601,302.00 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 3.00 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 6 股。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	华帝股份	股票代码	002035
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	吴刚	王钊召	
办公地址	广东省中山市小榄镇工业大道南华园路 1 号	广东省中山市小榄镇工业大道南华园路 1 号	
电话	0760-22839177	0760-22839622	
电子信箱	wug@vatti.com.cn	wangzz@vatti.com.cn	

2、报告期主要业务或产品简介

(1) 主要业务及产品

公司主要从事研发、生产、销售整体厨房、厨房产品、卫浴产品、家用电器以及企业自有资产投资、进出口经营业务。公司的主要产品包括吸油烟机、灶具、热水器、消毒柜、电烤箱、电烤箱、蒸烤一体机、微波炉、空气净化器、净水器、橱柜等。

(2) 行业的发展情况

2016年，中国GDP增速达到了6.7%，经济缓中趋稳，稳中向好。供给侧改革“三去一降一补”取得阶段性成果。据中怡康数据显示，2016年厨房电器市场零售额达到了874亿元，同比增长了14%，远高于GDP增速，增速相比去年提高了3.4个百分点。得益于中国城镇化程度的进一步提高、互联网+的深入发展、8090后消费群体追求品质生活带来潜在消费力的释放，同时得益于产业内部企业技术的革新、对消费需求的精准把握、营销理念的创新等方面的积极因素，厨电行业发展迅猛，持续领跑家电行业，行业迎来消费升级的高速发展阶段。

从产品上看，产品升级已经成为厨电行业发展的明显趋势。无论是高端品牌还是中低端品牌，都瞄准了智能化产品。另外，嵌入式产品逐渐兴起，成为高端品牌实现营收增长的重要领域。

从渠道上看，电商市场高歌猛进，增长速度表现惊艳，成为拉动营收和毛利的重要渠道。而三四线城市成为厨电品牌的重要战场，华帝等领先厨电品牌皆在持续下沉渠道。同时随着房地产市场回暖及高端产品消费趋势的抬头，工程渠道也逐步成为了厨电品牌核心渠道之一。

从品牌营销上看，随着年轻消费群体的崛起，营销方式年轻化、多元化是必然趋势。除了传统的电视广告渠道、户外广告渠道，新品发布会、网红直播、互联网节目、异业跨界合作等成为了新兴有效的传播方式。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

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

单位：人民币元

	2016年	2015年	本年比上年增减	2014年
营业收入	4,395,036,328.15	3,719,782,344.67	18.15%	4,229,783,617.45
归属于上市公司股东的净利润	327,521,616.96	207,724,264.58	57.67%	281,089,270.25
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	309,995,718.35	177,423,691.49	74.72%	242,929,345.24
经营活动产生的现金流量净额	818,413,634.83	270,281,745.59	202.80%	305,556,558.14
基本每股收益（元/股）	0.91	0.58	56.90%	0.78
稀释每股收益（元/股）	0.91	0.58	56.90%	0.78
加权平均净资产收益率	20.22%	13.90%	6.32%	20.95%
	2016年末	2015年末	本年末比上年末增减	2014年末
资产总额	3,593,298,595.69	2,775,891,021.12	29.45%	2,638,212,776.76
归属于上市公司股东的净资产	1,736,351,119.06	1,526,477,342.84	13.75%	1,462,387,391.21

(2) 分季度主要会计数据

单位：人民币元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	875,772,040.25	1,201,255,628.49	1,041,402,230.11	1,276,606,429.30
归属于上市公司股东的净利润	47,949,460.28	106,543,081.44	46,715,969.45	126,313,105.79
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	48,284,557.97	98,834,482.71	42,976,868.51	119,899,809.16
经营活动产生的现金流量净额	-13,990,775.03	290,909,845.92	217,715,099.05	323,779,464.89

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是 否

4、股本及股东情况

(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

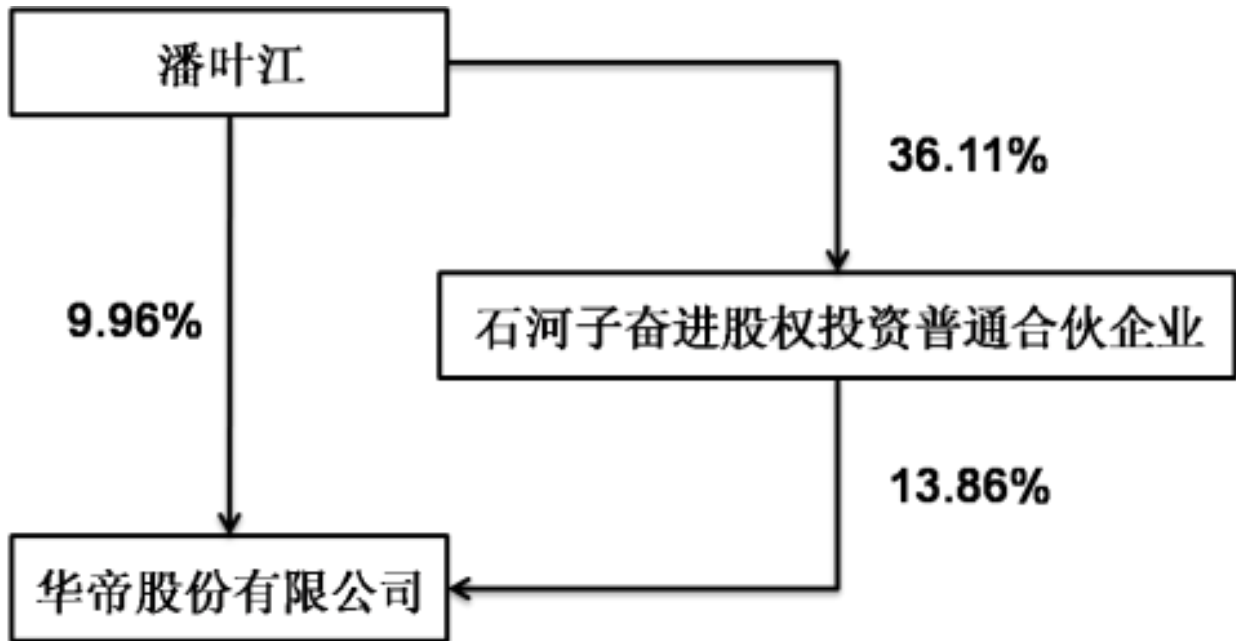
报告期末普通股股东总数	8,979	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	8,125	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
石河子奋进股权投资合伙企业	境内非国有法人	13.86%	50,400,000		质押	26,800,000	
潘叶江	境内自然人	9.96%	36,217,598	27,163,199	质押	3,348,500	
米林县联动投资有限公司	境内非国有法人	3.34%	12,161,794				
招商银行股份有限公司—富国低碳环保混合型证券投资基金	其他	3.28%	11,944,414				
中国工商银行—汇添富成长焦点混合型证券投资基金	其他	3.11%	11,299,958				
杨建辉	境内自然人	2.59%	9,407,391	7,055,543	质押	4,000,000	
黄文枝	境内自然人	2.13%	7,729,249	1,837,594	质押	1,470,000	
李家康	境内自然人	1.89%	6,865,902	974,247			
吴焯民	境内自然人	1.68%	6,127,136				
中国银行股份有限公司—嘉实研究精选混合型证券投资基金	其他	1.62%	5,908,538				
上述股东关联关系或一致行动的说明	潘叶江先生为公司董事长、实际控制人，持有公司股份，且持有奋进投资股份。除上述之外，公司未知上述股东之间是否存在关联关系或属于一致行动人。						
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	无						

(2) 公司优先股股东总数及前 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。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



注：截止至报告期末。

5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券
否

(1) 公司债券基本信息

债券名称	债券简称	债券代码	到期日	债券余额（万元）	利率
------	------	------	-----	----------	----

(2) 公司债券最新跟踪评级及评级变化情况

(3) 截至报告期末公司近 2 年的主要会计数据和财务指标

单位：万元

项目	2016 年	2015 年	同期变动率
----	--------	--------	-------

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求
否

2016年是华帝股份的战略调整年。公司坚持“三个定位，四个坚持”的战略规划。其中“三个定位”是指以厨房和卫浴产品为核心，坚持品牌专业化的定位；以实业发展为主，资本运作协同发展的定位；“华帝”与“百得”双品牌独立运作的定位。“四个坚持”是指坚持代理制模式不动摇；坚持“利益共同体”文化不动摇；

坚持高端品牌定位不动摇；坚持“双百亿”目标不动摇。2016年，华帝股份围绕“聚焦市场、产品领先、降本增效、文化再造”的主题开展各项工作，公司实现营业收入4,395,036,328.15元，同比增长18.15%，归属于上市公司股东的净利润327,521,616.96元，同比增长57.67%。公司品牌力、产品力、服务力同心协力，同步着力，同向发力，不仅夯实了“高端智能厨电”的品牌定位，而且推动了产品竞争力、市场规模的“双提升”，公司2016年度主要工作成果及进展如下：

（一）销售渠道多样化，电商与工程渠道表现突出，产品毛利持续提升

2016年，在原来销售渠道的基础上，公司开拓了一号家居网、爱家易购、红星美凯龙、星艺互联网装饰建材超市及家装公司等新型渠道。随着互联网和移动互联网的兴起及城镇化进程的加快，公司打造立体多重销售渠道，加大渠道下沉，促进线上、线下资源整合。

截止至报告期末，“华帝”品牌拥有专卖店2898家、KA卖场门店1849家、乡镇网点5301家、社区网点1114家，“百得”品牌拥有专卖店878家，KA卖场门店124家，乡镇网点2507家。从2016年6月份开始，华帝股份正式在全国全面升级新终端形象，规范视觉系统指引，统一及强化企业的高端形象，增强终端竞争力。

电商渠道销售额继续保持高速增长。公司积极参与“315”、“618”、“双11”等大型电商节日，捷报连连，增长率行业领先。2016年度，公司电子商务渠道销售收入为81,736.98万元，同比增长33.54%。

工程渠道超额完成年度目标，成功续约恒大地产、中海地产等重点客户，新签保利地产等重点客户，参与绿地集团、融创地产等开发商的投标且进展良好。2016年度，公司工程渠道销售收入为14,098.98万元，同比增长13.86%。

另外，随着公司新品上市，公司产品均价持续提升，提升幅度处于行业前列。均价的提升将有利于公司抢占高端市场，提升公司盈利能力及品牌形象。

（二）巩固“高端智能厨电”品牌定位，品牌活动跨界引流

从2015年起，华帝品牌确立“高端智能厨电”定位。2016年度，公司从品牌、产品、公关、媒介四个维度实施品牌战略计划。

公司以人工智能科技为载体，形成华帝年轻、高端、智能的品牌核心。公司邀请《机动战士高达》作者大河原邦男先生设计公司吉祥物形象，并隆重推出吉祥物“Vadi”；上线全新官方网站，以创新形式增强内容体验；搭建华帝数字互动管理平台及美食杰华帝社区，促进用户跨平台互动交流；打造华帝系列品牌宣传片，以科技、人文元素提升品牌价值；多方位打造华帝智能品牌体验展厅，增强客户对品牌的体验。

公司以“高端智能”融入厨电品类，打造华帝新品发布会盛典。公司2016年9月于北京召开“奇思妙想夜”新品发布会，隆重发布华帝魔碟灶、魔镜V2烟机和华帝魔箱智能蒸烤一体机。“奇思妙想夜”发布会通过网易新闻、腾讯新闻、今日头条、滴滴出行、美图秀秀、新媒体KOL等多媒体渠道广泛传播，品牌曝光覆盖超4亿人次，关键字“奇思妙想夜”、“华帝新品发布会”占据百度搜索前列，百度总搜索量超172万次。

公司打造线上线下联动传播。联合新世相开展“华帝梦幻一小时”活动，联合打造梦幻厨房，利用偶像号召力引发粉丝关注，直播观看人数超过234万，微博话题高达6443万次阅读；公司冠名胡社光新品发布会，诠释华帝跨界的理念，展示国际时尚的品牌调性；与滴滴合作推出“一键呼叫华帝机器人”活动，打造华帝人工智能形象，在爱奇艺、优酷、腾讯等视频网站即微博、微信等社交网络媒体上进行线上扩散传播，传播覆盖人群超12亿；将华帝机器人小V深度植入《蒙面唱将猜猜猜》，节目网络点播率破13亿人次，加强年轻用户品牌认知。

同时，公司投放了CCTV1、湖南卫视、江苏卫视等重点卫视栏目晚间黄金时段的广告，传递“高端智能厨电”的品牌信念，并在全国近20个重点城市的机场或高铁站进行投放，月均覆盖曝光人数约4600万人次。另外与互联网平台合作，对《欢乐喜剧人》、《王牌对王牌》、《最强大脑》、《幻城》等热门视频节目进行广告投放，并与优酷共同打造网络综艺节目《偶像就该酱婶》，其累计点击量超3.9亿，平均每集收看人次接近4000万，公司品牌取得大量曝光及关注。

（三）技术创新，设计优化，通用化标准化进展加快

公司按照“上市一代、开发一代、储备一代”的思路进行技术储备与开发。截止至报告期末，公司拥有有效专利673个，其中发明专利45个，实用专利389个，外观专利239个。相比去年同期，共计新增专利107个，其中发明专利新增17个，实用专利新增51个，外观专利新增39个，技术积累进一步取得优势。2016年度，公司与中科院、上海材料研究所等科研机构及清华大学、哈尔滨工业大学等高校启动新材料、新工艺在烟机灶具上应用的研究。另外，公司独家执笔起草国家标准《GB 16410-201X家用燃气灶具》，并作为两家执笔起草单位之一起草国家标准《GB/T 17713-2011吸油烟机》，是行业中唯一一家同时主笔燃气灶具国家标准与吸油烟机国家标准的单位，并同时参与了国家标准《GB 6932-2015家用燃气快速热水器》的起草。

同时2016年标准化通用化工作取得重大进展，通过分析合并，确定优选标准件63个，通用件104个，

制定通用化设计规范25项。标准化通用化工作将进一步起到增效降本作用，提高公司设计响应速度及市场服务能力。

（四）生产、工艺、品控、服务质量稳步提升

2016年，通过组织架构优化、工艺改善优化、产线平衡优化、一体联动、物流布局优化、建立计划调度管理机制、建立一岗多能培训管理机制等生产组织模式的优化，促进管理改革，支撑业绩目标的达成，实现产能、产值的全面提升。工艺制造上，公司通过工艺合理化、工艺革新、核心技术突破和工艺标准管理，提高工艺制造水平，提升产品外观一致性，进一步提高产品价值感。

公司狠抓品质工作，进一步提高产品的可靠性，提升品质系统的管理能力及供应商供货品质水平。2016年，通过总结品质过程、制造过程和市场上实际发现的品质问题，品控部门进一步完善烟机、灶具、燃气热水器产品的《历史问题库》，从历史中总结经验，防范品质问题的二次发生，同时根据公司现有的工艺现状，完成了对公司核心产品平台进行了梳理和分析，进一步提高公司品质控制水平。2016年，经过严格评审，公司凭借突出的品牌实力和卓越的质量管理，荣获“广东省政府质量奖”。

售后服务作为公司上市产品坚实的后盾，公司及时有效为用户服务，同时根据市场售后反馈联合公司品质研发部门进一步改善产品，形成对市场有效的反馈途径。2016年，公司微信、QQ及其他网络为代表的新媒体渠道服务量高速增长，公司服务途径进一步多样化，加强了与用户的沟通。2016年度，华帝售后服务部门接到售后意见单19816单，占整体销售订单比例为0.56%，处于较低水平，其中87.84%的用户对公司售后意见处理表示满意，售后服务效果良好，公司将持续提升售后服务满意度。另外，公司严格按照《2016年服务管理手册》对经销商服务进行考核，经销商服务质量也得到进一步提升。2016年度，公司荣获“优秀服务好口碑品牌”及“全国顾客满意十大品牌”荣誉。

（五）重塑企业文化，注重团队建设，股权激励保驾护航

企业文化方面，通过建立“团队协作、创新进取、共担共赢、用户至上”的价值观，各职能部门打破部门壁垒，高度协同，加强跨部门沟通，建立全员问责机制和绩效管理制度，通过明确的绩效考核目标，落实绩效考评任务，确保完成年度经营指标。公司上下一心，以“双百亿”为目标，以用户需求为导向，致力于为用户提供优质的厨卫产品及服务，致力于为用户打造美好的家庭厨卫体验，致力于以公司的发展促进社会的和谐。

公司打造公平的成长和晋升平台，实现竞争上岗，优化薪酬体系，完善员工激励机制，加强人才梯队建设。同时进一步完善内部培训体系，使员工的知识、技能、工作方法得到有效改善和提高，促进员工不断地学习与提升，实现公司和员工的双重发展。2016年度，团队建设取得良好效果，公司凝聚力进一步提升，公司竞争力进一步提高。2016年公司实施股权激励计划，截止至报告期末，公司股权激励计划已全部授予完毕，激励对象为公司董事、高层管理人员、中层管理人员、技术（业务）骨干等公司经营团队核心人员。公司通过股权激励计划充分调动核心团队的积极性，进一步提升核心团队的责任感，有效地将股东利益、公司利益和员工利益达成一致，实现公司和员工的互利共赢。

（六）“百得”携手“华帝”冲刺“双百亿”

2016年度，百得厨卫销售额同比增长15%，在三四级厨电市场实现高速增长。品牌上，2016年是百得的运营年，完成了企业与品牌形象第一阶段落地，品牌活动全面铺开。市场营销上，2016年百得“联动全国”活动在三四级市场驰骋突围，共计举办49场活动。专营店的数量和经营效果都获得了进一步提升。在产品研发上，持续推出功能创新、设计时尚的新品，其中实现恒温功能的“静音王”燃气热水器、拥有大液晶屏的吸油烟机T756和T758、实现智能截烟的C526和C528都深受市场欢迎。百得仍将坚定不移地以三四级市场为重点，坚持做透乡镇市场的定位不动摇，与“华帝”品牌互补互利，助力公司达成“双百亿”目标。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

适用 不适用

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减

灶具	1,302,245,908.27	546,482,353.93	41.96%	19.60%	32.26%	4.02%
烟机	1,853,132,064.26	754,870,455.51	40.73%	14.09%	23.91%	3.23%
热水器	831,783,253.27	323,187,888.38	38.85%	12.14%	31.64%	5.75%

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

适用 不适用

2016年度归属于上市公司普通股股东的净利润为327,521,616.96元，同比增长57.67%，其实现大幅度增长原因如下：2016年度，公司坚持“三个定位，四个坚持”战略规划，深化“高端智能厨电“品牌定位，以用户需求为导向，公司产品持续创新与优化，销售渠道进一步下沉与拓展，其中电子商务渠道及工程渠道销售收入取得大幅增长，同时公司实施股权激励计划，团队激励机制进一步完善，内部管理加强，降本增效成果显著。因此公司毛利率和净利率进一步提升，2016年度归属于上市公司普通股股东的净利润实现大幅提升。

6、面临暂停上市和终止上市情况

适用 不适用

7、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

公司将全资子公司中山华帝南京厨卫有限公司100%股权进行转让，市场交接基准日定为2016年8月1日，因此从2016年8月1日起，将中山华帝南京厨卫有限公司移出合并范围，本报告期仅合并中山华帝南京厨卫有限公司2016年1-7月利润表。

(4) 对 2017 年 1-3 月经营业绩的预计

适用 不适用