

南京我乐家居股份有限公司

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 未出席董事情况

未出席董事职务	未出席董事姓名	未出席董事的原因说明	被委托人姓名
独立董事	黄兴	因公出差	李明元

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

本报告期内公司不进行利润分配及公积金转增股本

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	我乐家居	603326	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	张宪华	龚晓龙
电话	025-52718000	025-52718000
办公地址	南京江宁区清水亭西路218号	南京江宁区清水亭西路218号
电子信箱	olozq@olokitchen.com	olozq@olokitchen.com

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	942,650,712.31	497,386,346.09	89.52
归属于上市公司股东的净资产	672,866,187.35	304,006,197.54	121.33
	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	78,784,146.14	41,703,224.50	88.92
营业收入	338,576,514.04	229,983,872.71	47.22
归属于上市公司股东的净利润	12,394,895.47	690,799.15	1,694.28
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	12,538,450.95	616,373.31	1,934.23
加权平均净资产收益率(%)	4.0374	0.2887	增加3.7487个百分点
基本每股收益(元/股)	0.1033	0.0058	1,681.03
稀释每股收益(元/股)	0.1033	0.0058	1,681.03

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)	21,369					
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	
Miao 女士	境外自然人	64.51	103,224,000	103,224,000	无	
祥禾涌安	境内非国有法人	3.74	5,976,000	5,976,000	无	
瑞起投资	境内非国有法人	3.66	5,856,000	5,856,000	无	
开盛投资	境内非国有法人	3.09	4,944,000	4,944,000	无	
吴淦丽	境内自然人	0.72	1,154,800	0	无	
付镛	境内自然人	0.61	970,500	0	无	
张荣军	境内自然人	0.55	886,600	0	无	
夏勇	境内自然人	0.34	549,100	0	无	
倪凌飞	境内自然人	0.32	515,200	0	无	
吕仲媛	境内自然人	0.29	458,404	0	无	
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，Miao 女士为本公司控股股东、实际控					

	<p>制人；汪春俊为南京瑞起投资管理有限公司的控股股东及南京开盛投资中心（有限合伙）的普通合伙人，汪春俊先生和 Nina Yanti Miao 女士为夫妻关系。</p> <p>公司未知其他股东之间是否存在关联关系，是否属于《上市股东持股变动信息披露管理办法》规定的一致行动人。</p>
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，公司通过有效执行分解战略，不断加大研发设计投入，充分发挥核心竞争优势，严格经营管理措施，积极开拓厨柜及全屋定制渠道与市场，并精益创新渠道优化，经营业绩取得稳步增长。

报告期内，公司实现营业收入 33,857.65 万元，比 2016 年同期增长 47.22%；实现归属于上市公司股东的净利润 1,239.49 万元，比 2016 年同期增长 1,694.28%。公司上半年围绕既定的发展战略，贯彻经营管理计划。具体如下：

1、品牌运营方面，公司坚持以“设计让家更美，科技让美实现”为核心，通过分析不同年龄、不同消费需求、不同地区人文差异，建立细分市场的设计引导图，引领产品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，而高圆圆的代言，更使品牌内涵有了明确的具象化体现，结合独特的产品设计及寓意内涵促进品牌推广。

2、渠道拓展方面，公司大力建设全国性的营销网络，厨柜及全屋双线齐发，通过开展“开门红，我乐好优惠”、“一室生春新品惠发”、“解放双手，圆来如此轻松”“安迪同款厨房搬回家”等一系列营销活动，保持在市场上的营销热度，其中随着“欢乐颂 2”的热播，在市场上掀起了一场“安迪”热潮。

(1) 加强直营渠道建设：公司自 2016 年开始，启动南京全屋直营，2017 年报告期南京直营实现 2049.75 万元收入，较去年同期增长近 4 倍。公司 2017 年上半年逐步完成直营渠道的布局及优化，在 2017 年上半年陆续完成南京、上海等城市的全品类直营拓展，持续围绕厨柜及全屋定制展开营销及推广活动，为公司打造品牌标杆城市开启第一步。

(2) 经销渠道方面，公司持续加强经销商销售网络的建设，继续加密一、二线城市销售网点

布局的同时，加强三至五线城市销售网点的选化。截至 2017 年 6 月 30 日，公司共有经销商近 750 家，经销商专卖店 860 多家。报告期内新开经销商专卖店数量（净增加）超过 100 家，全年净增加预计有望达 200 家。新开经销商专卖店逐渐步入正常运转期后，将为公司业绩的持续增长带来有效支撑。

(3) 加强销售体系建设，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和消费体验，提高顾客的成交率以及客单值。

3、产品运营及研发方面：公司不断加大产品运营及产品研发的力度。推进双品类定制战略，公司为满足更多终端消费者的需求，推出多种统一设计风格及调性的产品。并且公司在研发方面注重产品的功能性、设计性、美观性并与时尚及潮流接轨，充分考虑产品的复杂度、功能性与生产效率之间的矛盾，优化产品品类，以兼顾对终端需求的满足与对生产效率的提升。

4、信息化建设方面：公司厨柜及全屋的设计与制造，对信息化建设有着持续的要求，必须不断的优化建设才能满足消费者的需求。(1) 公司加快对 3D 设计软件的优化升级工作，完成云平台上新模块的使用，通过新平台的使用，使原有需要两天才能完成的设计图纸，在两个小时内完整呈现。3D 设计云平台软件将前端设计上线，对公司整体运营效率的提升及大数据分析基础的夯实均有积极效果。(2) 公司在制造端生产数据的处理方面有效提升，以实施 SAP ERP 为核心，同时对公司内部原有各系统进行升级改造，进一步打通企业内部各运营环节之间的协同度。

5、人力资源建设方面，公司持续在全国重点院校招募应届毕业生，并对其提供系统的培训，建立人才梯队。同时公司加强经销商团队的建设，建立了导购、设计师、安装人员的新培训体系，以保证我乐品牌宗旨得以在终端呈现。

6、财务战略方面，公司秉承稳健有效的财务战略。得益于良好的财务管控，公司现金流情况持续健康。报告期内，公司各项财务指标健康、资本结构合理。随着公司上市公开发行的完成，公司发展所需资金得到进一步的保障，公司将按照既定规划将募投资金有效投入到智能工厂、信息化建设等募投项目的使用中。

下半年公司将在进一步提升市场空间，巩固直营渠道在上半年拓展的成绩的同时，着重开展如下工作：

1、完成股权激励计划，完善长效激励机制

公司于 2017 年 8 月 21 日召开临时股东大会，审议通过《公司 2017 年限制性股票激励计划（草案）》及其摘要，拟对公司高级管理人员和核心人员实施股权激励，并于 2017 年 9 月份开始进行授予登记等后续工作。首次授予的激励对象为 122 名，授予的限制性股票数量为 128 万股。通过股权激励的实施，进一步完善、健全公司的长效激励机制，将公司高管和核心人员的个人利益与其经营业绩相挂钩，充分调动了其主观能动性，为公司长远发展奠定了坚实的团队基础。

2、募投项目第一期产能建设，预计将于 2017 年 10 月左右完成，初期可投入为公司基于工业 4.0 创新制造理念、自主设计 IE 动线、自主开发设计 MES 信息化为一体的全屋柜体生产线，预计可实现日产 200 户全屋产品（三室两厅）的产能。

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

会计政策变更原因 2017 年 4 月 28 日，财政部颁布《关于印发<会计准则第 42 号—持有

待售的非流动资产、处置组和终止经营>的通知》(财会[2017]13号),自2017年5月28日起在所有执行企业会计准则的企业范围内施行。2017年5月10日,财政部印发关于修订《企业会计准则第16号—政府补助》的通知(财会[2017]15号),自2017年6月12日起施行。新准则要求,与企业日常活动相关的政府补助应当按照经济业务实质,计入其他收益或冲减相关成本费用。与企业日常活动无关的政府补助,应当计入营业外收支。企业应当在“利润表”中的“营业利润”项目之上单独列表“其他收益”项目,反映应计入其他收益的政府补助。企业对2017年1月1日存在的政府补助采用未来适用法处理,对2017年1月1日至新准则施行日之间新增的政府补助根据新政府补助准则进行调整,可比会计期间的财务报表不进行追溯调整。上述会计准则的颁布或修订,公司需对原会计政策进行相应变更。

根据财政部印发的关于修订《企业会计准则第16号—政府补助》通知(财会[2017]15号)的要求,公司将修改财务报表列报,在利润表中的“营业利润”项目之上单独列报“其他收益”科目,将自2017年1月1日起与公司日常活动有关的政府补助从“营业外收入”项目重分类至“其他收益”项目。

此次调整,本报告期“其他收益”科目金额将增加375,000.00元,“营业外收入”科目金额将减少375,000.00元。上述会计政策的变更不会对当期和会计政策变更之前公司总资产、负债总额、净资产及净利润产生任何影响。

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