

证券代码：002830

证券简称：名雕股份

公告编号：2019-016

深圳市名雕装饰股份有限公司

2018 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 133,340,000 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1.60 元（含税），送红股 0 股（含税），不以公积金转增股本。

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	名雕股份	股票代码	002830
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	刘灿星	宋自虹	

办公地址	深圳市宝安区兴华路南侧龙光世纪大厦 1 栋 2-36、37、38、39、40	深圳市宝安区兴华路南侧龙光世纪大厦 1 栋 2-36、37、38、39、40
电话	0755-26407370	0755-26407370
电子信箱	mingdiao Zhuangshi@yeah.net	mingdiao Zhuangshi@yeah.net

2、报告期主要业务或产品简介

一、公司主营业务情况

公司是一家面向中高端客户的、产业链最完整的家装及家居综合服务提供商。多年来，公司致力于装饰业务一体化发展，始终以设计与品质为核心、以材料和工艺研发为驱动，以人才培养和信息化为支撑，为客户提供集原创设计、工程施工、辅材配送、木制品定制、主材及配饰选购、售后服务为一体的家居综合服务价值链。通过持续的精细化管理和运作，公司已逐步发展为在品牌知名度、专业能力、配套服务及运营管理等方面领先的一体化住宅装饰企业，市场渗透能力和影响力日益增强。公司秉持“与时俱进，开拓创新”的发展思路，将科技、智能、互联网思维融入家装，建立大数据资源库，推出了“云体验、云设计、云智控、云生态、云金融、云呼叫”的一体化·云家装体验式服务，客户使用移动智能终端即可通过APP客户端、PC客户端、微信和电商平台等入口，体验由VR、3D技术所展现的装饰全流程服务。

公司作为业内领先的一体化家居综合服务提供商，主要的业务有：住宅原创设计及工程施工、木制产品定制、主材软装配套服务，具体如下：

1、住宅原创设计及工程施工业务 公司多年来坚持原创设计为本，在吸收国内外先进设计理念的基础上进行创新，形成了以人为本的“时尚、合理、人性、先进、功能、健康、环保”独特的设计理念。公司在施工项目中严格执行“名雕TQM”质量管理体系，全方位保障每一项工程的出品与交付，确保设计方案能够完美呈现。



2、木制品定制化服务 木制品定制化生产是公司实现一体化家居综合服务战略中工厂化生产的重要组成部分，全资子公司东莞名启已拥有包括木门及门套、柜类和活动家具等多系列、多风格的定制产品，为公司整体定制家居奠定了工业化基础。



3、主材及配饰选购服务 公司通过美家世邦建材体验馆整合了建材行业内众多知名、优质品牌，产品及服务涵盖了大部分的装饰主材、软装配饰以及综合配套服务，实现客户追求美好生活的夙愿。



为更有针对性地满足不同消费人群对空间装饰的差异化需求，公司推行多品牌运营战略，主要有“名雕设计”、“名雕丹迪”、“名雕盛邦”、“佰恩邦”四个子品牌：

(1) 名雕设计：公司第一大气子品牌，定位于为90平方米以上中大户型住宅提供装饰设计 & 施工等一体化服务。品牌创立十多年来，创造了大量备受业界和客户赞誉的经典案例，成功地将卓越的设计能力与对客户需求的精准把握相结合，令“名雕设计”成为住宅装饰行业的领先者。产品案例实景如下：



(2) 名雕丹迪：公司倾力打造的专门面向别墅、豪宅市场的高端品牌，凭借多年积累的设计优势，在行业内享有“别墅、豪宅设计专家”的美誉。产品案例实景如下：



(3) 佰恩邦：公司聚焦精英家庭理想生活的整装定制品牌，整合装饰、主材、配饰、家具、电器等全方位规划设计，

通过以产品包实现定制的全包服务。产品案例实景如下：



（4）名雕盛邦：公司在住宅装饰领域经验积累的基础上延伸发展的精工装品牌，专门针对写字楼、地产商样板间、售楼处、豪华会所等中小型高端工装项目提供专业的装饰服务。产品案例实景如下：



公司开创了“体验式营销+顾问式营销”和“直营分公司及其配套连锁式拓展市场”的营销模式、全流程设计管理模式、自我可复制的商业模式，具体情况如下：

（1）体验式营销+顾问式营销

区别与住宅装饰行业的传统模式是“先消费后获得服务”，公司构建了五重体验式营销体系，将施工、家具制作、辅材配送、主材选购等各个环节及整体装修质量全部透明化，向客户提供全程现场体验，并且通过虚拟现实技术，为用户提供720°全景体验模式，进一步提升客户对家装设计的体验感。

（2）直营分公司及其配套连锁式拓展市场

公司在发展过程中，一直采用直营连锁的模式进行区域性扩张，通过不断增设直营分公司营业网点的方式拓展市场。公司跨区域扩张主要采用新设直营分公司的方式并配套物流配送中心和高品质生活示范间。通过物流配送中心，将主要装饰辅材统一配送至每个直营分公司的工地现场；在直营分公司所在城市设立多套户型、装饰风格不同的高品质生活示范间，向客户全面、直观地展示公司在设计、工艺、材料、工程管理等方面的优势。

（3）全流程设计管理模式

公司倡导“以设计为导向”的全流程设计管理模式，在选择方案的时候充分考虑材质材料的选购、装饰配饰的搭配和施工工艺的考量，并要求设计师参与施工过程的各个阶段，使设计师成为整体装饰工程的规划者和监督者。全流程设计管理模式使得公司能够在满足客户对使用功能、感观功能需求的同时，使施工效果充分尊重原创设计，真正实现住宅装饰以“设计为导向”的装饰理念。

（4）可自我复制的商业模式

通过多年精细化管理和运作，公司深刻认识到，面对外部市场，能够快速复制的“家装产品化”模式将成为未来发展趋势，因此，公司不断加强在装饰材料与工艺研发、设计、材料配送、主材选购、木制品工厂化定制、一体化信息平台等方面的建

设,通过自有平台实现各业务单元的套餐化;面对内部管理,对异地经营机构的管控能力,成为能否成功复制的核心,公司通过上述自有体系内的配套资源,减少门店独立完成的业务环节,降低了对个人技能的要求,并依托一体化信息平台加强管理,对各个业务节点拥有很强的控制力。目前公司已搭建好完善的自有业务平台,并获得良好的运营效果;基于自身资金积累再投入,公司发展相对稳健,未来结合资本市场等多种融资渠道,公司能够将该商业模式迅速复制,步入快速增长的新阶段。

公司通过吸纳、整合国际环保理念和技术标准,结合自身十余年家装行业的经验积累与沉淀,通过持续研发和提升工程管理,形成了行业领先的“金钻工程”质量管理体系和工程智能现场管理系统,全方位、严格保障每一项工程的品质。公司拥有工艺与材料的72项国家专利、多项自主品牌产品等研发成果,是行业内鲜有的研发能力强、拥有较多自主知识产权的企业之一。公司拥有住宅装饰设计领域最高等级的资质《建筑装饰工程设计专项甲级》以及《建筑装修装饰工程专业承包壹级》资质。“名雕设计”被国家工商总局认定为“中国驰名商标”。公司在中国建筑装饰协会发布的“2015中国家居产业百强企业榜单”中,位列家居装饰类十强。此外,公司及下属公司曾获“全国住宅装饰装修行业知名品牌企业”、“全国住宅装饰装修行业百强企业”、“全国家居装饰优秀标兵企业”、“广东省守合同重信用企业”、“全国住宅装饰装修行业明星标杆企业”、“中国家居产业家装领军品牌”、“2017~2018年度深圳室内设计最具创意机构”等重量级奖项和荣誉,以及新浪家居、腾讯家居颁发的“年度影响力品牌”、“消费者喜爱品牌”等新媒体荣誉,标志着公司在全国住宅装饰行业的重要地位。

二、公司所处的行业及市场情况

公司所属的行业为建筑装饰业细分的住宅装饰业。历经三十多年的发展,建筑装饰行业的市场规模持续扩大,其产值从2008年的1.55万亿元增加到2017年的3.94万亿元,总规模在九年期间增加了2.39万亿元,年均增速约11%,市场规模显著扩大。其中,其中住宅装饰行业产值从2008年的0.85万亿元增加到2019年的1.91万亿元,总规模扩大了1.06万亿元。

与万亿级的市场规模不同的是,中国住宅装饰业典型的“大市场、小企业”现状仍未改变,单个企业的市场集中度较低。随着市场经济的发展、国家政策的引导及行业协会的规范,相信住宅装饰市场将逐步成熟,过度分散的现状得以改善,真正涌现出一批资质高、规模大、具有一定影响力的大中型企业,从而带动整个行业朝着健康、持续、有序的市场环境发展,促进整个住宅装饰行业发展水平的提高。

住宅装饰业属于典型的房地产后周期行业,与房地产行业景气度相关,且住宅装饰的主要业务来自于新建毛坯房、改造性住房及精装后商品房三种类型。2018年房地产市场坚持“房住不炒”的主基调,各地房地产调控表现趋紧趋严,调控措施更加全面,但是2018年10月开始部分城市的调控政策又有所放松。房地产调控政策的短期变化,对于地产后周期行业的波动影响显而易见,因此住宅装饰业的业务亦有一定的波动风险。

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

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位:人民币元

	2018年	2017年	本年比上年增减	2016年
营业收入	763,949,608.26	744,281,953.96	2.64%	690,973,275.57
归属于上市公司股东的净利润	45,938,089.68	51,579,565.08	-10.94%	50,578,915.91
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	44,396,747.73	51,344,363.64	-13.53%	50,503,577.62
经营活动产生的现金流量净额	125,837,338.99	180,522,771.44	-30.29%	97,199,199.50
基本每股收益(元/股)	0.34	0.39	-12.82%	0.51
稀释每股收益(元/股)	0.34	0.39	-12.82%	0.51

加权平均净资产收益率	7.39%	8.80%	-1.41%	15.85%
	2018 年末	2017 年末	本年末比上年末增减	2016 年末
资产总额	1,208,512,723.37	1,105,520,787.12	9.32%	936,088,709.33
归属于上市公司股东的净资产	638,216,752.26	608,279,462.58	4.92%	569,075,101.97

(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	110,537,867.46	209,867,432.73	173,198,515.49	270,345,792.58
归属于上市公司股东的净利润	-18,160,917.10	28,047,718.99	5,390,368.68	30,660,919.11
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-18,817,075.52	27,927,238.04	5,515,122.31	29,771,462.90
经营活动产生的现金流量净额	-50,168,621.40	79,621,379.02	41,906,831.30	54,477,750.07

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	14,544	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	14,011	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	
蓝继晓	境内自然人	22.55%	30,073,000	30,073,000			
林金成	境内自然人	21.89%	29,188,500	29,188,500			
彭旭文	境内自然人	21.89%	29,188,500	29,188,500			
陈奕民	境内自然人	3.75%	5,000,000	0	质押	5,000,000	
谢心	境内自然人	1.12%	1,500,000	0			
蓝晓宁	境内自然人	0.47%	625,000	625,000			
彭有良	境内自然人	0.45%	600,000	600,000			
林列华	境内自然人	0.37%	500,000	500,000			
赵莉莉	境内自然人	0.30%	400,000	400,000			
嵯焕庆	境内自然人	0.25%	333,332	333,332			
上述股东关联关系或一致行动的说明	蓝继晓先生、林金成先生、彭旭文先生为一致行动关系，合计持有公司 66.33% 的股份。蓝晓宁先生系蓝继晓先生之弟，彭有良先生系彭旭文先生之兄，林列华先生系林金成先生之堂弟。除此之外，公司未知上述股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。						
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



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

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

是

装修装饰业

公司需遵守《深圳证券交易所行业信息披露指引第 6 号--上市公司从事装修装饰业务》的披露要求

2018年，公司坚持既定的战略规划，秉承诚信稳健的经营理念，坚守“客户满意”这一核心价值，为客户提供高品质、高品质的家居综合服务。

报告期内，实现营业收入76,394.96万元，同比增长2.64%，系公司木制品及主材业务销售收入增长所致；实现归属母公司净利润4,593.81万元，同比下降10.94%。营业收入上升但利润下降主要受成本上升影响所致。公司2018年度销售费用同比上升7.61%，主要是公司一方面加大市场开发力度，广告宣传费用上升11.59%，同时上调了业务部门薪酬水平；公司2018年度管理费用同比上升12.54%，主要是公司为了建立更有竞争力的薪酬体系，职工薪酬增加，同比上升22.03%，以及公司为

开拓市场，办公及租赁费用上升20.41%，支付的咨询费、律师费等中介机构费用增加，同比上升23.43%。

报告期内，面对装饰行业的市场调整，公司侧重内部提升，从提供服务转型升级提供产品。在设计方面，公司依靠智装系统，整合、完善各位设计标准及规范，加强设计风格及成果的推广，提升整体设计能力。在工程施工方面，坚持推行“金钻工程”，把“六重TQM质量管理体系”通过ERP系统、智装APP等信息化管理手段，提升项目管理能力和工程质量。在木制品业务方面，优化实木生产线及工艺，推出“北岛木歌”系列定制家居新品，为客户提供更加丰富的木制产品。在客户服务方面，不断完善顾客满意度建设体系，各业务模块共同注重顾客满意度的事前、事中、事后沟通，通过信息系统协作共享，为客户提供全方位的服务。在设计研发方面，佰恩邦套餐产品更新迭代代表性的北欧、现代、简欧、新中式四大风格，开发别墅产品的组件设计及供应链系统，升级材料与工艺测试及应用，同时积极参与《住宅室内装饰装修工程实测实量技术规程》、《住宅全装修技术规程》、《住宅室内装饰装修工程施工实测实量技术规程》、《住宅室内装饰装修工程质量验收标准》等技术标准编制。

报告期内，公司的主要业务模式、市场竞争环境、施工作业模式、行业资质管理、质量控制体系等未发生变化，不存在重大项目质量问题，亦未发生安全生产事故。

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
装饰施工收入	469,001,048.29	181,661,221.98	38.73%	-8.24%	0.22%	3.26%
建筑材料及木制品销售	248,375,733.71	40,871,099.33	16.46%	25.71%	31.34%	0.71%

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

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

—会计政策变更

本公司根据财会[2018]15号规定的财务报表格式及相关解读编制2018年度财务报表，并采用追溯调整法对比较财务报表的列报进行了调整。

对可比期间的合并财务报表列报项目及金额的影响如下：

项目	调整前	调整数	调整后
应收账款	4,601,793.43	-4,601,793.43	-
应收票据及应收账款	-	4,601,793.43	4,601,793.43
应付账款	39,066,174.07	-39,066,174.07	-
应付票据及应付账款	-	39,066,174.07	39,066,174.07
管理费用	68,079,783.60	-1,283,143.00	66,796,640.60
研发费用	-	1,283,143.00	1,283,143.00

对可比期间的母公司财务报表列报项目及金额的影响如下：

项目	调整前	调整数	调整后
应收账款	2,763,732.05	-2,763,732.05	-
应收票据及应收账款	-	2,763,732.05	2,763,732.05
应付账款	32,203,483.73	-32,203,483.73	-
应付票据及应付账款	-	32,203,483.73	32,203,483.73
管理费用	51,695,782.93	-1,283,143.00	50,412,639.93
研发费用	-	1,283,143.00	1,283,143.00

—会计估计变更

本报告期内公司无会计估计变更事项。

(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

报告期内，公司合并范围新增2家全资子公司，深圳市吉祥草科技有限公司和深圳市德拉尼家居科技有限公司。截至报告期末，公司合并报表范围包括东莞市名雕装饰有限公司、深圳市名雕丹迪设计有限公司、深圳市名启木制品有限公司、深圳市美家世邦建材有限公司、重庆市拉克锐装饰设计工程有限责任公司、长沙市拉克锐装饰设计工程有限公司、东莞市名启木制品有限公司、东莞市易装建材有限公司、深圳市吉祥草科技有限公司和深圳市德拉尼家居科技有限公司。

(4) 对 2019 年 1-3 月经营业绩的预计

适用 不适用