

公司代码：603519

公司简称：立霸股份

江苏立霸实业股份有限公司

2019 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 大华会计师事务所（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

经公司第九届董事会第二次会议审议通过，公司拟以截止 2019 年 12 月 31 日的总股本 221,939,866 股为基数，每 10 股派发现金股利 3 元（含税），公司 2019 年度不以资本公积金转增股本、也不送红股。剩余未分配利润结转下一年度。该议案尚需公司 2019 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	立霸股份	603519	无

联系人和联系方式	董事会秘书
姓名	顾春兰
办公地址	江苏省宜兴市环保科技工业园画溪路88号
电话	0510-87061738
电子信箱	jslb@jsliba.com

2 报告期公司主要业务简介

1、目前公司主要为国内外知名家电整机企业提供家电外观用复合材料，具备较强的技术研发、新品推广和客户服务优势，是国内知名的家电用复合材料主要生产厂商之一。公司主导产品分为覆膜板（VCM）和有机涂层板（PCM）两大类。其中 VCM 产品表面复合的是各种功能性薄膜，公司可以根据客户需要生产各种式样和图案，主要应用于冰箱、洗衣机等家电面板以及高档热水器、建筑门板等领域；PCM 产品表面涂覆的则是高分子有机涂料，主要用于冰箱、洗衣机等家电以及微波炉、热水器等产品。

2、报告期内，公司主要经营状况良好，生产、采购、销售等运营模式未发生重大变化。

(1) 生产方面，由于家电产品具有很强的个性化特点，不同企业、不同品牌、不同款系的产品风格存在明显的差异性，为了满足家电业的需求，复合材料的生产只能采取小批量、多品种的形式，公司主要采用“以销定产”的模式，即以销售（客户订单）为中心组织生产。

(2) 采购方面，公司采购部每月会根据客户的月度和季度预测计划、原材料在途及库存数量、原材料市场价格走势等编制月度采购计划，进行原材料的适度采购和备货，并会根据客户实际订单情况适时调整采购计划。

(3) 销售方面，公司的产品全部采用直销的方式，直接销售给家电厂商。公司直接贴近顾客需求，满足家电厂商对于供应商快速响应、及时送货、个性化服务的服务需求，敏锐掌握终端客户的需求和 market 发展趋势。

(4) 产品开发方面，公司目前主要采取两种新品开发方式：一种是由客户需求主导。即由家电厂商的研发部门提出具体产品的设计理念、风格和工艺要求，公司通过技术部工艺可实现性评审、采购部原材料可采购评审和财务部成本核算可行评审后，制作新产品开发规划，进行新产品研发；另一种则是由公司自主开发主导。公司技术部门会根据市场部门日常与客户的沟通反馈结果和对家电产品终端消费者需求的分析，开发出相应的新产品样品，主动与客户进行接触和沟通，引导家电厂商对新产品的选择和使用。

(5) 客户开发方面，公司采用先期信息了解—客户评审和认证—送样—小批量供货—大规模供货的流程，其中关键在于客户评审和认证。

3、从公司上游主要原材料钢材生产企业来看，根据国家工业和信息化部的数据显示，2019年，钢铁行业继续深入推进供给侧结构性改革，巩固去产能成果，加快结构调整、转型升级，推动全行业高质量发展，行业运行总体平稳。2019年全国生铁、粗钢和钢材产量分别为8.09亿吨、9.96亿吨和12.05亿吨，同比分别增长5.3%、8.3%和9.8%，粗钢产量再创历史新高。2019年钢铁行业市场需求较好，基建、房地产等下游行业运行稳定，国内粗钢表观消费量约9.4亿吨，同比增长8%。据海关总署数据，2019年1—12月，我国累计出口钢材6,429.3万吨，同比下降7.3%；累计出口金额537.6亿美元，同比降低11.3%。累计进口钢材1,230.4万吨，同比下降6.5%；累计进口金额141.1亿美元，同比降低14.1%。根据中国钢铁工业协会的数据统计，2019年钢铁协会CSPI国内钢材价格平均指数为107.98点，同比下降6.77点，降幅为5.9%。5月初达到最高113.1点，10月底震荡下降至年内最低104.3点。从全年走势看，钢材价格出现回落态势，呈震荡趋弱走势，总体水平低于2018年。2020年是“十三五”规划的收官之年，钢铁发展面临复杂多变的形

势。全行业将按照中央经济工作会议要求，坚持以供给侧结构性改革为主线，巩固钢铁去产能成效，提高钢铁行业绿色化、智能化水平，提质增效，推动钢铁行业高质量发展。

4、从公司下游家电整机生产企业来看，受宏观经济增速放缓，经济下行压力较大、商品房销售增速下滑、贸易环境恶化、原材料价格波动等因素综合影响，近两年家电行业总体稳中趋缓。根据中国家用电器研究院和全国家用电器工业信息中心联合发布的《2019年中国家电行业年度报告》（以下简称《报告》），2019年国内市场家电零售额规模 8,032 亿元，同比增长率为-2.2%（由于增加家电品类，全国家用电器工业信息中心将 2018 年家电规模从 8,104 亿修正为 8,211 亿元）。2019 年家电行业呈现的主要特点如下：

（1）销售渠道持续变革。目前渠道格局来看，当前家电零售渠道可细分为全国性家电连锁、大型商超、区域家电连锁、百货商店、乡镇家电专卖店、企业直营店和新兴的线上电商渠道。由于近年来电商的崛起，家电市场早已进入了线上线下市场同时推进，双管齐下的阶段，两者的格局在不断趋向平衡和稳定。2019 年，线上市场进一步分流线下市场的规模。《报告》显示，2019 年，我国家电行业线上市场零售额规模 3,108 亿元，同比增长 4.2%，市场份额达到 38.7%；线下市场零售额规模 4,924 亿元，同比增长率-5.8%，市场份额占比为 61.3%。

（2）传统类家电出现下滑，新品类消费增长明显。传统大家电中，彩电、空调、冰箱都出现了下滑。彩电市场出现两位数的下滑，但彩电向更大尺寸进化的趋势十分显著。空调市场变频和变频 APF 一级空调市场份额继续增长。冰箱中多门产品份额提升。洗衣机市场受益于显著的产品升级，实现了小幅增长，带有烘干功能的滚筒洗衣机受到消费者热捧。干衣机产品受到消费者关注，市场规模快速扩大，增幅接近 50%。厨卫产品中，传统的吸油烟机、灶具、热水器都出现规模下滑。洗碗机产品嵌入式是主流，对餐具的“消毒”和“烘干”功能成为新的升级方向。生活家电产品中，由于不断有新品类出现，整体规模维持了增长。随着消费者自主消费意识的觉醒，美发、个人护理类产品增长明显。而近年商品房“全装修”政策的全面推进，也给中央集成家电带来了新的契机。

（3）消费者需求升级进化。目前家电消费已经进入了更新换代期，从长期的发展趋势来看，高端化、智能化和健康化是产品升级的主要特点。《报告》显示，市场均价 10000 元以上的彩电和冰箱、12000 元以上的柜式空调、6000 元以上的洗衣机、6000 元以上的吸油烟机、2000 元以上的吹风机，市场零售额份额进一步扩大。高端产品价格份额不断增长，反映了消费者对高品质家电需求的增长。

（4）家电扶持政策加码。2019 年政府工作报告中提出深入推进新型城镇化，继续推进保障

性住房建设和城镇棚户区改造，促进房地产市场平稳健康发展；推动消费稳定增长，多措并举促进城乡居民增收，增强消费能力；促进外贸稳中提质。前述举措有利于在当前家电行业整体相对低迷的情况下，进一步刺激家电产品需求，稳定家电出口增长。2019年1月，工信部、商务部、发改委等十部委联合下发了《进一步优化供给推动消费平稳增长促进形成强大国内市场的实施方案(2019年)》，文件提出支持绿色、智能家电销售，明确有条件的地方可对产业链条长、带动系数大、节能减排协同效应明显的新型绿色、智能化家电产品销售，给予消费者适当补贴；鼓励家电产品更新换代，有条件的地方可对消费者交售旧家电（冰箱、洗衣机、空调、电视机、抽油烟机、热水器、灶具、计算机）并购买新家电产品给予适当补贴，推动高质量新产品销售。2019年6月，发改委、生态环境部、商务部等三部委联合印发《推动重点消费品更新升级畅通资源循环利用实施方案（2019-2020年）》，提出持续推动家电和消费电子产品更新换代，鼓励消费者更新淘汰能耗高、安全性差的电冰箱、洗衣机、空调、电视机等家电产品，有条件的地方对消费者购置节能、智能型家电产品给予适当支持。2019年8月，《国务院办公厅关于加快发展流通促进商业消费的意见》出台，鼓励金融机构对居民购买新能源汽车、绿色智能家电、智能家居、节水器具等绿色智能产品提供信贷支持，加大对新消费领域金融支持力度。

5、从中长期来看，消费趋势发生积极变化，国家政策引导产业发展向绿色、智能加速前进，强制性标准的修订加速落后产能淘汰，这些积极因素不断推动家电及相关上下游产业向高质量高水平方向发展。作为家电整机行业上游的复合材料厂商，公司面临的机遇与挑战并存，若家电升级产品不能满足消费者有效需求，导致消费意愿持续下降，将会对家电企业及公司生产经营和盈利能力造成不利影响。公司将努力提高产品的知名度和品牌影响力，充分利用既有资源优势 and 研发优势，拓展国内外市场，提高公司主要产品的市场占有率，积极与下游家电客户共同研发能满足消费者需求的新产品，拓展产品的应用范围，保持公司业绩的稳定。

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

	2019年	2018年	本年比上年增减 (%)	2017年
总资产	1,209,441,670.92	947,016,171.58	27.71	946,639,834.01
营业收入	1,284,268,309.87	1,282,678,654.20	0.12	1,223,241,655.39
归属于上市公司股东的净利润	132,196,983.28	91,460,365.24	44.54	83,484,325.79
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	132,010,379.87	89,192,965.16	48.01	81,526,199.59
归属于上市公司股东的净资产	731,747,569.91	713,349,454.31	2.58	723,248,781.44

经营活动产生的现金流量净额	256,299,150.02	71,463,529.38	258.64	104,530,399.93
基本每股收益（元/股）	0.596	0.411	45.01	0.373
稀释每股收益（元/股）	0.596	0.411	45.01	0.373
加权平均净资产收益率（%）	18.57	12.88	增加5.69个百分点	11.90

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	313,596,320.12	323,359,211.49	299,293,186.06	348,019,592.20
归属于上市公司股东的净利润	38,499,367.00	39,298,196.35	35,492,370.22	18,907,049.71
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	38,554,024.23	39,337,877.08	35,553,499.99	18,564,978.57
经营活动产生的现金流量净额	10,445,939.22	87,142,795.49	83,065,911.23	75,644,504.08

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

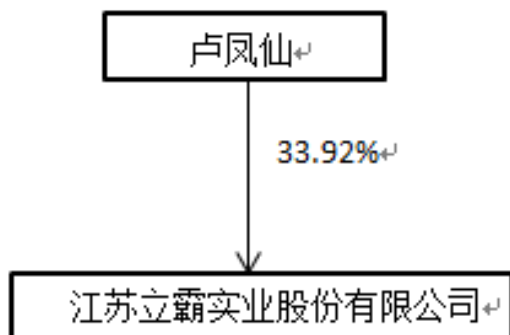
单位：股

截止报告期末普通股股东总数（户）							6,712
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）							7,338
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）							0
年度报告披露日前上一月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 (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	
卢凤仙	-25,095,910	75,287,730	33.92		无		境内自然人
盐城东方投资开发集团有限公司	31,255,910	31,255,910	14.08		无		国有法人
伊犁苏新投资基金合伙企业（有限合伙）	0	11,200,000	5.05		无		未知
蒋达伟	0	9,824,920	4.43		无		境内自然人
储一平	0	4,200,000	1.89		无		境内自然人
陈有舵	-913,360	3,286,640	1.48		无		境内自然人
李先华	2,974,512	2,974,512	1.34		无		境内自然人
苏永利	1,550,000	2,750,000	1.24		无		境内自然人
范中	1,860,000	1,860,000	0.84		无		境内自然人
彭睿静	1,697,750	1,697,750	0.76		无		境内自然人

上述股东关联关系或一致行动的说明	卢凤仙女士与蒋达伟先生系母子关系。除前述关系外，未知股东之间是否具有关联关系或是否属于一致行动人。
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无

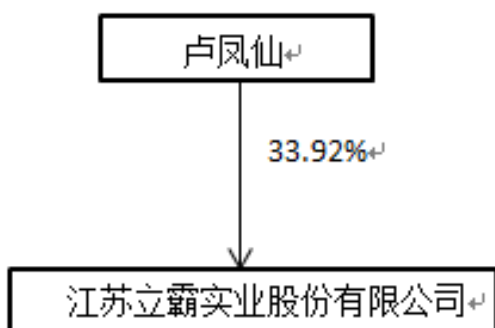
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

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

公司主要为国内外知名家电整机企业提供家电外观用复合材料，是国内主要的家电用复合材

料生产厂商之一，公司主要产品分为覆膜板（VCM）和有机涂层板（PCM）两大类，公司目前生产的产品主要应用于冰箱、洗衣机、空调、电视机、热水器等，另有小部分建筑板材产品。报告期内，公司经营稳健，销售收入、业绩等再创新高。2019 年实现营业收入 128,426.83 万元，同比增长 0.12%，归属于公司股东的净利润 13,219.70 万元，同比增长 44.54%。受全球需求回暖影响，公司产品出口收入同比小幅增长 5.73%。

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

1、财政部于 2017 年度修订了《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》、《企业会计准则第 23 号—金融资产转移》、《企业会计准则第 24 号—套期会计》和《企业会计准则第 37 号—金融工具列报》（以下简称“新金融工具准则”），并要求境内上市公司自 2019 年 1 月 1 日起施行。

2、财政部分别于 2019 年 4 月 30 日和 2019 年 9 月 19 日 发布了《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2019〕6 号）和《关于修订印发合并财务报表格式（2019 版）的通知》（财会〔2019〕16 号），对一般企业财务报表格式进行了修订。

3、财政部发布《关于修订印发<企业会计准则第 14 号—收入>的通知》（财会[2017]22 号）（以下简称“新收入准则”），要求在境内外同时上市的企业以及在境外上市并采用国际财务报告准则或企业会计准则编制财务报表的企业，自 2018 年 1 月 1 日起施行；其他境内上市企业，自 2020 年 1 月 1 日起施行。

4、财政部于 2019 年 5 月 9 日发布了《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》（2019 修订）（财会〔2019〕8 号），修订后的准则自 2019 年 6 月 10 日起施行，对 2019 年 1 月 1 日至本准则施行日之间发生的非货币性资产交换，应根据本准则进行调整。对 2019 年 1 月 1 日之前发生的非货币性资产交换，不需要按照本准则的规定进行追溯调整。

5、财政部于 2019 年 5 月 16 日发布了《企业会计准则第 12 号——债务重组》（2019 修订）（财会〔2019〕9 号），修订后的准则自 2019 年 6 月 17 日起施行，对 2019 年 1 月 1 日至本准则施行日之间发生的债务重组，应根据本准则进行调整。对 2019 年 1 月 1 日之前发生的债务重组，不需要按照本准则的规定进行追溯调整。

公司已分别于 2019 年 8 月 18 日召开第八届董事会第十七次会议和第七届监事会第七次会议，于 2020 年 4 月 21 日召开第九届董事会第二次会议和第七届监事会第十五次会议，审议通过了《关

于公司会计政策变更的议案》，上述会计政策变更仅对公司财务报表项目列示产生影响，对公司当期及前期列报的总资产、净资产及净利润等无实质性影响。

具体内容详见公司于 2019 年 8 月 20 日披露在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）上的《关于公司会计政策变更的公告》（公告编号：2019-024）和于 2020 年 4 月 22 日披露在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）上的《关于公司会计政策变更的公告》（公告编号：2020-016）。

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