

公司代码：603551

公司简称：奥普家居

奥普家居股份有限公司
2020 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 公司全体董事出席董事会会议。
- 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
无

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	奥普家居	603551	不适用

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	刘文龙	李洁
电话	0571-88177925	0571-88177925
办公地址	浙江省杭州经济技术开发区21号大街210号	浙江省杭州经济技术开发区21号大街210号
电子信箱	aupuzqb@aupu.net	aupuzqb@aupu.net

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	2,254,627,040.58	1,854,943,377.80	21.55
归属于上市公司股东的净资产	1,643,226,362.44	1,188,259,885.63	38.29

	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	-96,456,711.58	189,902,967.01	-150.79
营业收入	598,834,238.63	826,719,829.31	-27.57
归属于上市公司股东的净利润	52,772,517.42	162,185,147.32	-67.46
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	49,208,589.06	143,343,119.70	-65.67
加权平均净资产收益率(%)	3.28	15.72	减少12.44个百分点
基本每股收益(元/股)	0.13	0.45	-71.11
稀释每股收益(元/股)	0.13	0.45	-71.11

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)		16,273				
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	
Tricosco Limited	境外法人	62.1458	248,589,449	248,589,449	无	0
舟山文泽投资管理合伙企业 (有限合伙)	境内非国有 法人	4.4209	17,684,212	17,684,212	无	0
PMT Holdings Limited	境外法人	4.0854	16,342,103	16,342,103	无	0
Zhejiang United Investment (HK) Limited	境外法人	4.0854	16,342,103	16,342,103	无	0
Heaven-sent Capital Apollo AP Company Limited	境外法人	3.8131	15,252,639	15,252,639	无	0
香港红星美凯龙全球家居有 限公司	境外法人	3.8131	15,252,639	15,252,639	无	0
舟山明泽投资合伙企业(有 限合伙)	境内非国有 法人	3.0447	12,179,290	12,179,290	无	0
Sky Open Limited	境外法人	1.6342	6,536,838	6,536,838	无	0
舟山聚泽投资合伙企业(有 限合伙)	境内非国有 法人	1.3762	5,504,922	5,504,922	无	0
上海斐君投资管理中心(有 限合伙)一嘉兴斐昱永淳投 资管理合伙企业(有限合伙)	境内非国有 法人	0.6789	2,715,796	2,715,796	无	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中, Fang James 和方胜康为公司实际控制人, 属于一致行动人, Fang James 通过 SeeSi Universal Limited 间接持有 Tricosco Limited 42.36%的股权, 方胜康通过 Sino					

	Broad Holdings Limited 间接持有 Tricosco Limited 44.01% 的股权；方胜康通过舟山明泽投资合伙企业(有限合伙)间接持有奥普家居股份有限公司 0.0208% 股权，通过舟山聚泽投资合伙企业(有限合伙)间接持有奥普家居股份有限公司 0.2188% 股权。吴兴杰与方雯雯夫妇为实际控制人的一致行动人，方雯雯系方胜康之女，通过 Sino Virtue Global Limited 间接持有 Tricosco Limited 6% 的股权，通过舟山文泽投资管理合伙企业(有限合伙)间接持有奥普家居股份有限公司 0.0044% 的股权；吴兴杰系方胜康之女婿，通过舟山文泽投资管理合伙企业(有限合伙)间接持有奥普家居股份有限公司 4.42% 的股权，通过舟山明泽投资合伙企业(有限合伙)间接持有奥普家居股份有限公司 1.77% 股权。舟山明泽投资合伙企业(有限合伙)、舟山聚泽投资合伙企业(有限合伙)的合伙人为公司部分董事、监事及高级管理人员。
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用

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

2020 年上半年，受疫情影响，国内经济下行压力增加，居民收入有所下降，公司供应商、经销商、大宗客户延迟复工，消费者家装需求滞后，给公司的生产经营造成了一定的不利影响。但 4 月份以来，随着国内疫情得到有效防控，复工复产复商复市加快推进，消费者家装需求逐渐复苏，公司第二季度营业收入及净利润均已明显回升，实现了生产经营较为平稳地发展。

危机中往往孕育着新机，变局中常常酝酿着新局，疫情催生着各行各业的变革，在给公司带来“危”的同时，也让公司窥见其中之“机”，倒逼着公司进一步去深入地了解消费者需求，在产品、营销等方面加速创新步伐，迎合家居行业发展趋势。

（一）助力经销商，拓展大宗客户，积极应对疫情影响

报告期内，公司在管理层的领导下，积极落实政府防疫要求，坚决执行常态化疫情防控，在

保证安全的前提下第一时间复工复产。在维稳自身生产经营的同时，公司深谙经销商之困，采取了一系列措施助力经销商在本次疫情中平稳经营。为帮助经销商解决在经营活动中的资金短缺困难，公司对符合资质条件的经销商向银行申请贷款提供连带责任担保；为突破线下实体获客难、客流少的难题，公司协助经销商进行社群营销，最大程度地挖掘私域流量。为解决疫情期间经销商售后工作人员无法上门安装问题，公司制作了安装视频，让喜欢 DIY 的用户可以按照视频演示自行安装一些较为简单的产品。经销商一直是公司发展的主力同盟军，公司的雪中送炭之举，坚定了经销商与公司共渡时艰的信心，为日后双方的稳定合作奠定了良好的基础。

此外，公司还积极布局精装修市场，拓展工程、家装客户，主动寻求商业合作机会，加强大宗客户渠道对公司进一步发展的推动作用。

（二）创新产品设计，布局阳台空间，打造健康智能新家居

公司长期以来重视产品功能与美观相融合，不断加大研发投入，引进优秀设计师与高端研发人才，不断探索具有前沿性、科技感的创新技术，设计出更贴近消费者审美和家居潮流的产品，致力于为消费者提供健康智能家居新体验。报告期内，消费者对具有消毒杀菌功能产品的需求明显提升，公司凭借技术优势，推出了一系列健康家居产品：具有消毒杀菌功能的电动晾衣机，配备医疗级杀菌灯与空气超微净化技术，可有效避免衣物滋生霉菌及晾衣二次污染，让晾晒变得更加洁净健康；采用高科技智能净化系统的奥普新风暖，搭载多重复合滤网除尘与高压静电除菌结构，可同时运转新风功能与风暖功能，让人们沐浴时也可畅享清新空气。在智能家居领域，公司继续与华为合作，通过手机即可实现浴霸、照明、晾衣机和新风系统的一键掌控。

此外，公司深入研究了精装修后时代阳台空间的利用，推出了奥普全功能阳台，并于 5 月 20 日在成都开设了奥普全国首家阳台空间店。奥普全功能阳台是集快装系统、收纳系统、晾晒系统、灯光系统为一体的整体空间解决方案，能够将传统只用于晾晒的阳台空间快速提升改造，为消费者轻轻松松打造一个极具幸福感的家居生活新空间。

（三）升级管理体系，赋能线上工具，发挥数字化营销优势

今年疫情期间，传统线下渠道受到了较大冲击，“宅经济”的趋势愈发显现，进一步加快数字化营销体系的建设，升级管理体系迫在眉睫。报告期内，公司通过举办多场线上直播和线上新品发布会，从消费者的真实生活场景出发，分享服务不同场景的健康家居解决方案，为消费者“守护健康守护家”种草了众多值得买的健康家居好物。公司利用线上培训，推动员工与商业合作伙伴学习使用新营销工具，为经销商参与直播提供便捷渠道，使其潜在粉丝流量得以在公司组织的直播中转化为消费客群，赋能实体商家的同时也为品牌本身带来了更多关注。

通过这一系列措施的落地，结合小视频、社区种草等其他推广途径，公司与粉丝、用户、消费者保持了高频良好的交流与互动，消费者能够真切地感受到公司品牌力、产品力、营销力、渠道力、服务力，从而增强对奥普品牌的信任感和选购欲。

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

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