



2020年 半年度报告摘要



股票代码：002327 股票简称：富安娜
披露日期：2020年08月

深圳市富安娜家居用品股份有限公司
ShenZhen Fuanna Bedding and Furnishing Company Limited



证券代码：002327

证券简称：富安娜

公告编号：2020-072

深圳市富安娜家居用品股份有限公司

2020 年半年度报告摘要

一、重要提示

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，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读半年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本次半年报的董事会会议

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

公司计划不派发现金红利，不送红股，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	富安娜	股票代码	002327
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		
姓名	龚芸		
办公地址	深圳市南山区南光路富安娜工业大厦		
电话	0755-26055091		
电子信箱	gongyun@fuanna.com		

2、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

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	1,100,285,888.87	1,104,858,959.48	-0.41%
归属于上市公司股东的净利润（元）	167,426,194.13	154,864,035.02	8.11%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	142,625,050.51	125,649,067.33	13.51%
经营活动产生的现金流量净额（元）	43,678,984.25	486,610,161.91	-91.02%
基本每股收益（元/股）	0.20	0.19	5.26%
稀释每股收益（元/股）	0.20	0.18	11.11%
加权平均净资产收益率	4.86%	4.61%	0.25%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
总资产（元）	4,067,444,744.91	4,702,428,440.70	-13.50%
归属于上市公司股东的净资产（元）	3,332,218,592.43	3,564,192,368.40	-6.51%

3、公司股东数量及持股情况

单位：股

报告期末普通股股东总数	27,747		报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）	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
林国芳	境内自然人	37.14%	313,111,710	234,833,782	质押	16,637,674
陈国红	境内自然人	14.49%	122,123,238	91,592,428	质押	33,400,000
大成基金管理有限公司—社保基金 17011 组合	其他	3.94%	33,195,889			
东吴证券股份有限公司	国有法人	2.23%	18,768,332			
招商银行股份有限公司—中欧恒利三年定期开放混合型证券投资基金	其他	2.22%	18,697,822			
深圳市富安娜家居用品股份有限公司—第一期员工持股计划	其他	2.12%	17,869,151			
中国农业银行股份有限公司—大成睿享混合型证券投资基金	其他	1.63%	13,705,109			
中国建设银行股份有限公司—中欧价值发	其他	1.32%	11,115,138			

现股票型证券投资基金						
上海宽远资产管理有限公司—宽远价值进取证券投资基金	其他	1.30%	11,000,077			
平安基金—中国平安人寿保险股份有限公司—分红—一个险分红—平安人寿—平安基金权益委托投资 2 号单一资产管理计划	其他	0.86%	7,217,702			
上述股东关联关系或一致行动的说明	林国芳、陈国红夫妇合计持有公司 51.63%的股权，系本公司控股股东和实际控制人，为一致行动人。除以上情况外，公司未知其他前十名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）	不适用					

4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

适用 不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

适用 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

5、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。

6、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，且在半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

一、公司核心竞争力

1、设计研发

1) 设计和研发

公司以设计创新为核心竞争力，不以跑马圈地、明星代言的粗放式发展来形成品牌路径依赖，公司拥有200多人的设计研发团队，专注产品设计和工艺开发，每季商品都注入时尚原创设计，赋予前瞻和经典的结合，在高端产品系列中，还具备观赏和收藏价值。公司研发团队能够根据渠道市场需求，在面料工艺开发、主题设计、分系列设计开发上做出快速作品输出，是公司品牌的核心战队。



2) 行业荣誉和专利:

公司拥有丰厚的自主知识产权，截止2020年上半年，公司拥有包括外观专利、实用新型专利共102项，软件著作权证书16项，版权证书1103项，其中，2020年上半年内新增版权、外观专利、实用新型专利、发明专利、软件著作共89项。公司也是拥有全球最多平网创新设计及全球最大独幅真丝提花设计创新者。



2、多渠道营销网络

1) 经销商渠道和直营渠道（以下简称“线下渠道”）

截止2020年上半年，公司线下专卖店（沿街专卖店）与商场专柜共1301家，其中，直营440家，加盟861家，专卖店与专柜分别占比为65%和35%，线下终端渠道受商场流量波动、商场平台掣肘的影响较小，公司经过多年在各个一、二线城市，三、四线优质城市终端布局，不断优胜劣汰，终端渠道的掌控力在不断提升，逐步增强。

2) 电子商务渠道（以下简称“电商渠道”）

消费品牌未来一定是全渠道互联网营销，电商渠道是重要战略渠道，也是公司未来持续提升规模、提升品牌竞争力的重要载体，公司与国内的头部电商平台比如天猫、京东、唯品会、云集等建立了长期的战略合作关系。公司电商渠道管理团队对供应链、商品、物流的运营有深刻的认知，洞悉电商人群市场，善于运用数据化管理对市场进行快速反应，执行力强。截至2020年上半年，公司电商渠道的销售收入占公司营业收入约42%，规模增速同比增长约13%。公司电商管理团队始终关注产品升级，材质升级、营销升级、组织结构升级，团队利润考核以净利润为考核，电商团队在毛利管理和费用管理能力持续提升，并优于同行业水平。

3、管理信息系统

公司是行业内首家全面引入全球五百强采纳的德国SAP ERP系统，在家纺和家居行业精细化发展趋势下，同时推进SAP系统（一种增强财务管理、规范企业主要业务流程的信息管理系统）、丽晶POS系统（一种动态掌握门店销售数据和终端库存的收银系统）和WMS系统（一种规范仓库管理，提升物流工作效率的仓库管理系统），公司持续将三种系统进行优化、协同和打通，管理协同平台支撑公司流程、沟通、考勤、考核等日常行政管理运营；业务运行平台以SAP为核心，结合POS、SRM（供应商关系管理系统）、WMS、OMS（订单管理系统）等，贯穿公司商品、采购、生产、仓储、销售、物流等产供销整体业务；顾客平台全面覆盖第三方电商平台、微信等用户触点，提高内控管理水平、降低成本、提升效率、为顾客提供更优质的产品和服务提供了系统基础。

4、供应链与质量管理：

周期管理：

公司从胚布采购周期就采取自主研发和面料定制，公司始终坚持与行业内优质供应商进行合作，公司持续加强供应链的周期管理，强化供应链的反应速度，通过整合全渠道订单资源，集中采购压缩采购供应周期和采购供应价。通过实施面料周期管理、产品周转天数管理等方法缩减公司资金占用时间；利用市场环境和集中采购对原料进行成本控制；加快物料周转速度，降低公司成本，加快产品供应速度。

质量管理：

公司的发展过程中一直坚持不断提升供应链质量管理体系，通过对产品研发的阶段及输出的验证、供应商质量管理、生产过程质量监控、终端退货质量分析、标准化管理、质量体系管理等工作的开展，满足客户需求的同时有效的控制了成本。公司从2002年8月通过的质量认证开始，经过18年的推行，每年通过内审、管理评审、外审、统计分析及质量改善不断提升，使得富安娜的产品质量能保持在高水平，并不断

的超越自我，创造卓越。

当今市场竞争已经由资本竞争、技术竞争，逐步演变为标准之争。标准之争，已经成为一个企业，地区乃至国家经济、科技、综合实力竞争的重要内容，标准之争，实际上是对未来市场的竞争，谁掌握了标准，谁就掌握了市场的主动权。公司一直重视标准化的工作，积极参与国家行业标准化活动，从2008年开始参与国家基础标准委员会（以下简称“国标”）、全国家用纺织品标准化技术委员会（以下简称“行标”）、各级团体标准组织的标准化活动（以下简称“团标”）及参与与纺织品相关的国标行标的修制定工作，截止到目前为此，已主导和参与编制6个国标、6个行标及1个团标共13个标准，为家纺行业的标准化建设做出了应有的贡献，发挥了行业领军的作用。

5、生产布局

截止2020年上半年，公司现有深圳龙华总部基地、江苏常熟家纺生产基地、四川南充家纺生产基地、广东惠州生产基地共四大基地，公司在巩固“长三角”地域的基础上，进一步提高总部所在“粤港澳大湾区”产业基地实力，后续将持续优化生产成本，提升供应链物流的快速流通能力和效率，以支持公司的战略发展。

6、利益共同体优势：

股权激励

公司人才发展战略强调从利益共同体向事业共同体转变，公司对员工进行持续的股票激励计划。分别已经实施了两期期权、五期限制性股票和一期员工持股计划在内的八次股票激励计划，总计激励对象共计1600余人次。进一步加强了事业共同体的凝聚力，为企业在发展竞争中提供有力的人才团队支持。

员工住房

除了每年持续为员工申请公租房、安居房及住房补贴等福利外，公司在深圳市龙华区的千套房员工“幸福安居工程”员工已全部入住，后续会继续开发，让员工以公司为家，以更饱满的激情投入到公司的持续发展。

员工培训体系

富安娜商学院在人才培养方面持续采取线上、线下多维度推动，内、外部资源同步驱动，聚焦主营业务营销体系人才梯队建设，助力业绩与组织绩效提升，从而助推公司战略的实现。

从机制保障的层面，通过绩效考核驱动干部管理，各部门干部作为业务部门的人力资源管理者，部门内部员工培养成长纳入绩效考核，确保基层员工的能力与技能提升；从混合式培养方面，通过线上学习实现全员学习成长的覆盖；通过内部标杆学习完成对成功经验的传承和复制；通过对外部学习资源的引进，强化高层管理者及核心关键岗位的战略视野和革新技能的培训管理方式。

2020年，富安娜人才培养聚焦两个层面：“提升销售业绩”和“人才梯队建设”，将会从培训规划到落地实施，从人力配置到费用预算，都更加聚焦在销售业绩的提升，通过对全国巡回集训营的开展，以及对渠道后备干部、渠道内训师和店柜长三个核心岗位的定向培养，以总部培训、区域复制；渠道培训、门店复制的方式，将标准化的岗位专业技能及标杆经验、创新营销模式辐射到整个销售渠道。

二、公司2020年上半年经营工作情况

2020年中国经济面临的外部环境和内部条件更趋复杂，全球经济形势开始减速趋势，全球主要经济体货币政策转向了降息和扩表，经贸摩擦此起彼伏，地缘政治和民粹主义都为全球经济带来了更大的风险和挑 战，中国未来GDP增长将不再是高增长的预期，从历史数据看，消费品行业尤其是服装家纺社零行业的增速和GDP增速正相关，在经济周期的变化下，公司以提升产品力、内部管理能力来提升市场份额，保持利润的持续增长，而加大电商经营力度，提升直营门店、加盟门店新零售的能力，是公司管理革新的主要内容。

2020年上半年，公司实现营业收入1,100,285,888.87元，较去年同期下滑0.41%，其中，经销业务收入占比约为23%，直营门店占比约为27%，电商业务收入占比约为42%，其他业务（包括团购和家居）占比约为8%；2020年上半年，归属于上市公司股东的净利润为167,426,194.13元，较去年同期增长8.11%。

2020年上半年经营情况如下：

一、从2018年开始公司布局直营渠道新零售的拓展能力，2019年公司帮助经销商提升管理能力，推进经销商去终端库存，延展到2020年上半年，尽管有疫情和经济周期的双重压力，公司业绩情况仍旧稳健增长。

随着近十几年中国房地产市场的蓬勃发展，消费品牌过去只凭借跑马圈地的发展路径显然在全面互联网化的市场中备受掣肘。而公司一直坚持在渠道管理深耕细作，坚持直营门店的规模和管理质量，当经济周期趋势向下和突发疫情的情况下，公司凭借直营渠道的规模，很好地将新零售运营在直营门店、加盟商门店全面拓展，并为后续公司线下门店全面互联网化奠定基础。未来，公司持续将在中国城镇化发展中的优质三、四线城市进行品牌、渠道拓展。

二、推进线下新零售管理培训和样板打造是2020年上半年依旧深化的工作

截至到2020年上半年，公司线下零售会员人数达到90万，线下管理团队全面开展新零售的拓展，利用数据化网络加强门店辐射效应，注重建立标准化会员服务流程，以提升单店效率。

三、加大电商平台经营力度，通过电商精细化运营，提升电商平台高单价产品规模，增加电商多品类家纺、家居的拓展，持续提升电商平台经营能力

在过去十年，家纺行业的头部品牌变化不大，未来，随着品牌和供应链的优势，别的企业更加难以超越，在经济消费周期的压力下，在互联网改变消费习惯的趋势下，头部品牌尤其是以设计工艺领先的、附加值高的品牌将会得到时代发展的红利。2020年上半年市场竞争激烈，价格带下沉明显，随着流量成本的不断上升，未来线上运营已经没有流量红利，而是靠高质量运营得以不断发展。

截止2020年上半年，公司电商平台的销售规模同比增长约13%，并且毛利得到不断提升，相关增量因素分别表现在如下方面：

- 1) 公司的产品辨识度高，通过品牌运营、提升高价格产品规模；
- 2) 公司加强直播投入，注重自营直播与中腰部主播合作，关注产品利润；
- 3) 调整产品结构，加大床垫、高材质套件及乳胶产品投入，2020年上半年这些商品都有很大增幅；
- 4) 积极布局短视频运营，并布局直播常态化运营；
- 5) 公司一贯追求利润为导向，关注毛利和净利指标，对费用投放控制较好；

- 6) 注重基础运营, 根据平台特性进行差异化运营, 天猫京东平台着重技术打法, 提升基础运营能力;
- 7) 公司设计研发实力较强, 产品能够根据市场变化不断创新。

2、涉及财务报告的相关事项

(1) 与上一会计期间财务报告相比, 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

2017 年7 月5 日, 财政部发布了《企业会计准则第 14 号—收入 (2017 年修订)》(财会【2017】22 号)(以下简称“新收入准则”)。要求境内上市企业自 2020 年1月1日起执行新收入准则。本公司于 2020 年1月1日执行新收入准则, 对会计政策的相关内容进行调整。本公司执行上述规定的主要影响如下:

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称和金额	
	合并	母公司
根据新收入准则, 将与销售商品相关的预收款项重分类至合同负债。	"预收款项"上年年末余额 47,890,891.31 元, 重分类成"预收款项"上年年末余额 1,697,584.49 元, "合同负债"上年年末余额 46,193,306.82 元;	"预收款项"上年年末余额 40,513,754.28 元, 重分类成"预收款项"上年年末余额 1,697,584.49 元, "合同负债"上年年末余额 38,816,169.79 元。

(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) 与上一会计期间财务报告相比, 合并报表范围发生变化的情况说明

√ 适用 □ 不适用

子公司名称	主要经营地	注册地	业务性质	持股比例(%)		取得方式
				直接	间接	
深圳市富安娜艺术家居有限公司	深圳市	深圳市	购销	100.00%		设立
内蒙古富馨家居用品销售有限公司	呼和浩特市	呼和浩特市	购销	100.00%		注销