

公司代码：603326

公司简称：我乐家居

南京我乐家居股份有限公司
2020 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、天职国际会计师事务所(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

以实施权益分派股权登记日的总股本为基数，向全体参与利润分配的股东每 10 股派发现金红利 3.00 元（含税），不送红股及公积金转增股本。

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	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	NINA YANTI MIAO(代)	李盛春
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
电话	025-52718000	025-52718000
电子信箱	olozq@olo-home.com	olozq@olo-home.com

2、报告期公司主要业务简介

报告期内，公司秉承“让家更美”的理念和使命，专注从事整体厨柜、全屋定制家具产品的设计、研发、生产、销售及相关服务，公司的主要业务与经营模式未发生重大变化。

2.1 主要业务

公司主打原创设计、寻求极致美家，为客户提供从厨房、客厅、餐厅到卧室、衣帽间、书房、儿童房、阳台、储藏间、活动室等家居空间的布局规划、风格设计、配置家居产品等全套定制解决方案。旗下品牌有“我乐厨柜”、“我乐全屋定制家具”，主要产品有整体厨柜、全屋定制家具等多系列产品，2020年推出的新品系列部分产品场景图如下：

(1) “INGREECE 格睿”系列全屋定制家具

[释义]公司与品牌代言人高圆圆女士联合设计之作，灵感来自古希腊，通过盛行千年的经典色彩、无处不在的原创纹理、环保材质的全新运用，将轻古典气质融入现代空间，引领居家美学的“文艺复兴”。



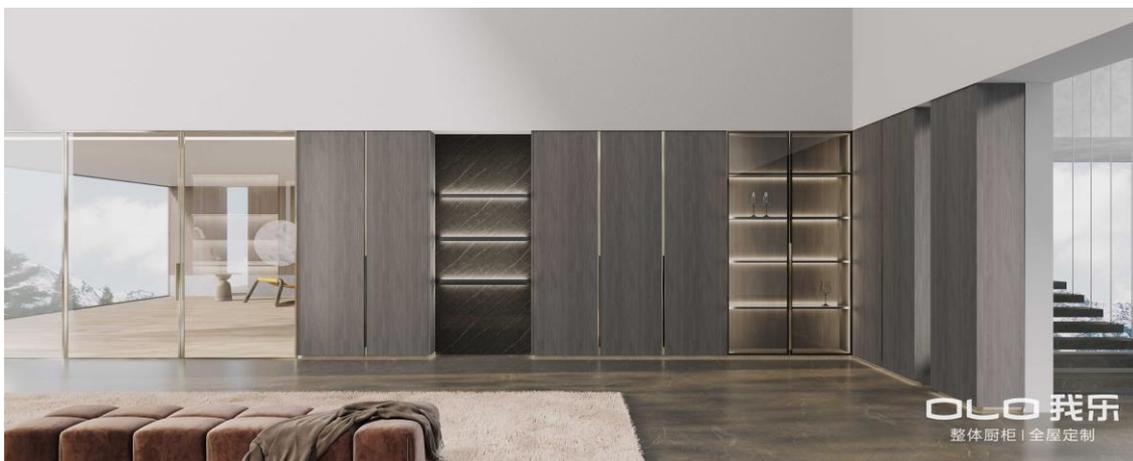
(2) “罗莎·罗曼”系列全屋定制家具

[释义]贯彻法式色彩美学，以温婉的设计语言描绘浪漫生活场景。古典罗马柱造型拉手、精巧比例腰线设计、多门型搭配组合，以源于凡尔赛宫的精致细节融入，让家成为容纳更多想象的美好生活殿堂。



(3) “巴斯蒂昂”系列全屋定制及整体厨柜家具

[释义]设计灵感源于十九世纪法国画家巴斯蒂昂·勒帕热，贯彻“为生活而艺术”的美学内涵，将经典隽永的木质纹理大幅运用于家居空间，搭配到顶式阵列格局，以亲近自然的设计语言诠释现代生活的平衡与简洁。





(4) “璞真”系列整体厨柜家具

[释义]以侘寂美学贯穿主轴，烟熏木自然纹理与做旧古铜金点缀其间，以温润元素平衡空间的淡泊气场，呈现微水泥质朴美感，返璞而归真，还原纯粹生活本质。



(5) “洛亚”系列整体厨柜家具

[释义]以“优雅”气质为核心，构建宁静而隽永的生活力场。通过柔和微弧型边型设计，前卫字母元素融入，多元化搭配组合共同诠释刚柔并济的优雅生活。



(6) 护墙产品系列

[释义]全新护墙产品与公司旗下定制家居产品风格相统一的同时，形成色彩与材质上的元素互补，以“设计”与“美”为核心的品牌理念，给予空间颇具层次质感的家居魅力。和而不同、衡而不均，以更为前沿的设计手法，诠释更趋平衡与和谐的现代居住之美。



2.2 经营模式

公司根据顾客的个性化需求量身定制产品设计方案，生成图纸、电子订单，按订单提供大规模柔性化生产、交付及安装的一站式服务，经营过程涉及设计开发、原料采购、生产制造、产品销售、售后服务和品牌建设等环节。

(1) 采购模式

公司采购包括原材料采购及成品采购,其中原材料采购主要为刨花板、中纤板、铝材和膜皮等，成品采购主要为电器、五金、灶具、配套家居等产品。

对于自制产品，公司向合格供应商进行原材料采购，相应原材料主要为刨花板、中纤板、

膜皮等。原材料采购流程结束，相应材料经检验合格后进入公司原材料仓库，等待后续生产过程。公司接到电子订单后，经过公司软件系统包括 ERP 系统进行运算并转换成生产订单，生产工人根据 ERP 中的 BOM 表至原材料仓库按需领料，开始生产执行流程。产品生产完毕后，ERP 系统中生产订单关闭，相应产品进入公司成品仓库，等待后续备货、发货。

对于外购产品，公司向各类产品的合格供应商进行采购，公司通常结合安全库存情况、产品紧缺度、销售预测情况等进行采购。采购流程结束，相应产品经检验合格后进入公司成品仓库。

同一个订单所包含的自制产品及外购产品全部完成入库后，系统自动计算并执行发货。

（2）生产模式

公司生产模式包括自主生产和委外加工两种模式，其中，整体厨柜和定制衣柜产品是自主生产，委外加工主要是工序委外。

①自主生产

公司拥有自主开发设计的“我乐专用设计软件”，该软件在电子图纸生成后自动进行拆单，生成电子订单并通过与 SAP 系统数据集成，将经过拆解且自带工艺参数的电子订单导入到公司 CRM 系统和 SAP 系统，分解的订单进入系统后通过 SAP 运算，将订单进一步分解至生产板件并生成生产汇总单，同时将不同类型的产品归入不同的工艺生产路径，按既定逻辑指令进行计划排产，保证同一订单下各类型产品最终产出的同步性。

订单结构形成后，通过 SAP 导入 MES 系统，MES 系统指导完成生产任务派发、仓库原材料派发和生产过程执行等流程。公司在生产过程中执行全程质量控制检验，产品生产完毕后在 MES 系统形成生产结果汇报，同步反馈至 SAP 系统，仓储人员实时对完结产成品进行收货，完成订单的入库环节。

最后，系统综合订单交期要求、运输目的地及发货数量等多个因素，选择最优策略将数个订单集中发货。发货同时系统自动通知收货人，使收货人能够实时跟踪货品。

②委外加工生产

目前，如压贴工艺等非公司自主生产且非主要工序的一般采用委外加工生产。

公司在生产实施过程中实施全面质量管理，通过对原辅材料供应商的资质评估、现场随机抽检、原辅材料到货检验以及生产过程各工段的产品检验，确保生产全过程的产品质量。

（3）销售模式

公司销售模式主要有经销商销售模式、直营销售模式、大宗业务销售模式，同时为提升盈

利能力，公司通过电商、线上广告平台、公众号等自媒体矩阵拓宽顾客引流，不断拓展销售网络以及销售渠道。

①经销商销售模式

经销商是公司重要的销售渠道，通过授权经销商在特定区域内按照公司要求开设我乐品牌专营店，独家销售公司旗下我乐品牌系列的产品及服务。

②直营销售模式

公司利用自有资金在家居卖场、购物中心或临街店面开设我乐独立厨柜店、我乐独立全屋定制店、我乐厨柜和全屋混合店等直接面向客户销售公司产品及服务。

③大宗业务销售模式

公司直接或者通过各区域独立的大宗业务经销商，与全国和所在地知名优质房地产商建立合作关系，为大型房地产项目精装修配套公司整体厨柜及全屋定制产品。

(4) 设计模式

公司坚持自主原创设计、自主培养设计师，以自主开发、与全球优秀设计师合作开发的模式培养并打造了一支设计链条全覆盖、完全自主原创的强大设计师队伍，为我乐产品的原创性、独特性、领先性和时尚性提供有力支撑，保证我乐产品的持续创新和极具差异化。同时，公司特别重视知识产权和专利保护，所有原创设计产品在推出市场之前会申请著作权和外观专利。

2.3 行业情况

公司主要从事整体厨柜、全屋定制家具产品的设计、研发、生产、销售及相关服务，根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司所处行业为“C21 家具制造业”，细分属于定制类家具。根据国家统计局发布的2020年规模以上工业企业主要财务指标（分行业），家具制造业2020年度营业收入6,875.40亿元，同比下降6%；营业成本5,708亿元，同比下降5.7%；利润总额417.70亿元，同比下降11.10%。

在消费升级的大背景下，人们对家居的消费需求更高，定制家具凭借对家居空间的高效利用、兼顾实用性，更能满足消费者对舒适、时尚、个性的消费需求、现代感强，越来越受到喜爱和选择。定制家具由于服务链条长、终端需求分散，行业集中度较低，具备绝对优势的全国性领导品牌尚未形成。

(1) 行业具有周期性和季节性特征

家具行业属于房地产后周期行业，下游主要面向首次购买商品住房的城镇居民、存量房二次装修及推出精装修商品住房的房地产企业，与房地产行业景气度有一定的关联。据国家统计

局数据，2020年商品房住宅销售面积154,878万平方米，同比增长3.2%，房屋住宅竣工面积65,910万平方米，同比下降3.1%，虽然疫情影响全年竣工下滑但增速逐季回升。商品住宅的销售及竣工交付与家居行业呈正相关，商品住宅销售面积的增长有助于推动家居市场的发展。此外，老房及二手房翻新市场需求也呈逐年上升的趋势，市场空间广阔。

受区域气候、各地风俗习惯及消费者消费习惯等因素影响，定制家具行业销售存在一定的季节性，一般表现为一季度销售收入相对较低、二季度开始回升、三、四季度进入销售旺季。

（2）新冠疫情影响家具行业需求延迟释放

由于家居消费需求存在一定刚性，2020年受新冠疫情影响，消费者对于定制家具的消费需求短期会有所滞后但长期并未消失。随着国内新冠疫情逐步得到控制，前期压抑的家居消费需求逐步释放，下半年起家具制造业收入增速回升。

（3）行业竞争格局改善，头部企业竞争态势更趋明显

定制家具细分行业终端需求分散、市场集中度较低，同时受资本、品牌、消费升级等因素推动消费者分层，定制家具市场正被逐渐分层为低端定制、中高端定制和高端奢侈定制，在前述细分定制市场中的市场份额呈向该细分市场头部企业集中的趋势。一方面部分地产、互联网、家电等企业纷纷跨界进入家装或家具行业，产品线逐步向家具行业延伸，行业竞争日益激烈；另一方面2020年新冠疫情对家居行业的冲击加速中小企业出清，推动行业竞争格局改善。从2020年前三季度情况看，以上市家居企业为代表的头部企业整体实现了快于家具制造业的平均增长水平，定制家居行业马太效应显现。

（4）信息化、智能化技术广泛应用，智能家居带动新的增量空间

定制家具企业为满足大规模、柔性化生产需求，需要借助大数据、云计算、互联网等工业4.0先进硬件技术支撑企业发展，在柔性化生产工艺、自动化和信息化程度等方面持续改进和提高。随着5G、AR/VR、人工智能技术的快速发展，基于物联网技术，智能家电、智能硬件等硬件系统和软件系统形成生态圈，住宅中智能化应用场景大量增加，使得不同场景和需求下家具的设计需求更加多样化，为家具行业尤其是定制行业带来更大的发展空间。

（5）全屋定制成为主流趋势，拓展品类成为发展方向

随着“精装交付”趋势及消费者对空间利用率越来越重视，精装修的厨房市场呈上升之势，厨房家具产品的零售市场萎缩，标准家具市场被定制家具继续蚕食，加之消费升级和中产阶级的崛起，消费者选择中高端定制家具产品整体解决方案的意愿增强并且逐渐成为主流趋势，不断丰富延展产品品类，提供更多的综合解决方案成为定制家居企业的发展方向。

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

	2020年	2019年	本年比上年 增减(%)	2018年
总资产	1,979,872,974.36	1,558,901,451.89	27.00	1,290,696,454.43
营业收入	1,584,189,787.74	1,332,034,204.82	18.93	1,082,053,771.42
归属于上市公司股东的净利润	219,553,138.14	154,007,311.45	42.56	101,831,164.80
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	197,739,534.55	132,732,709.06	48.98	91,273,762.28
归属于上市公司股东的净资产	1,119,890,920.21	951,629,110.97	17.68	827,924,811.10
经营活动产生的现金流量净额	219,239,455.91	86,141,627.28	154.51	131,617,051.11
基本每股收益（元/股）	0.69	0.49	40.82	0.32
稀释每股收益（元/股）	0.69	0.49	40.82	0.32
加权平均净资产收益率（%）	21.18	17.29	增加3.89个百分点	13.05

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	194,983,811.02	343,279,996.14	460,553,868.89	585,372,111.69
归属于上市公司股东的净利润	2,085,742.59	45,271,866.68	74,736,608.24	97,458,920.63
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-5,927,445.72	39,624,938.98	73,266,417.52	90,775,623.77
经营活动产生的现金流量净额	-112,556,157.09	140,297,699.71	12,796,020.84	178,701,892.45

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）	10,094					
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）	8,997					
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	质押或冻结情况	股东 性质

				股份数量	股份状态	数量	
NINA YANTI MIAO	57,805,440	202,319,040	63.91		无		境外自然人
南京瑞起投资管理有限公司	3,279,360	11,477,760	3.63		质押	11,477,760	境内非国有法人
于范易	3,969,993	11,150,732	3.52		无		境内自然人
南京开盛投资中心（有限合伙）	1,120,148	8,041,748	2.54		无		境内非国有法人
上海祥禾涌安股权投资合伙企业（有限合伙）	-66,744	7,469,656	2.36		无		境内非国有法人
太平人寿保险有限公司—分红—团险分红	4,671,997	6,871,892	2.17		无		其他
张玉国	1,639,300	5,000,200	1.58		无		境内自然人
梁绍丽	2,035,900	4,622,740	1.46		无		境内自然人
太平人寿保险有限公司		2,740,220	0.87		无		境内非国有法人
梁兴	742,344	1,752,904	0.55		无		境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	NINA YANTI MIAO 女士为公司控股股东；汪春俊先生为南京瑞起投资管理有限公司的控股股东和南京开盛投资中心（有限合伙）的普通合伙人，NINA YANTI MIAO 女士与汪春俊先生为夫妻关系；其他股东未知是否存在关联关系或一致行动。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

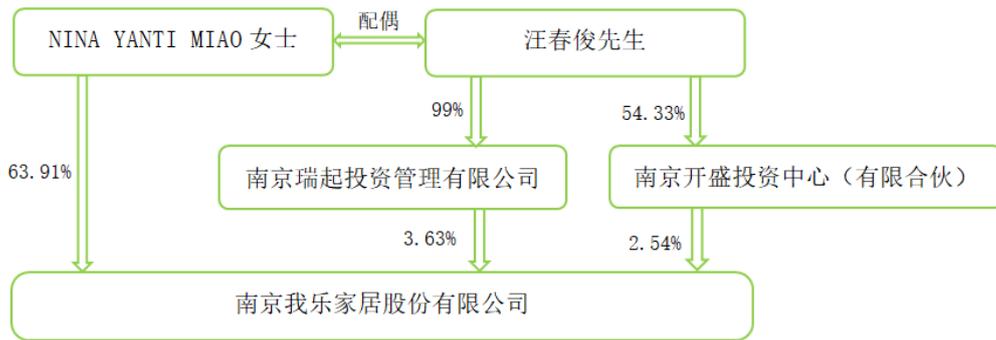
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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

报告期内，公司持续加强产品战略和品牌战略升级、销售渠道持续优化，其中：经销业务实现稳健增长、直营零售业务较快增长、大宗业务快速增长，业务结构调整优化日趋合理，综合规模效益凸显。2020 年度实现营业收入 158,418.98 万元，较上年同期增长 18.93%；实现利润总额 26,936.40 万元，同比上年增长 40.97%；归属于上市公司股东净利润 21,955.31 万元，较上年同期增长 42.56%。

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

根据财政部《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）、《关于修订印发合并财务报表格式（2019 版）的通知》（财会〔2019〕16 号）、《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》（财会〔2017〕7 号）、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》（财会〔2017〕8 号）、《企业会计准则第 24 号——套期会计》（财会〔2017〕9 号）以及《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》（财会〔2017〕14 号）、《企业会计准则第 7 号

—非货币性资产交换》（财会[2019]8号）、《企业会计准则第12号—债务重组》（财会[2019]9号）的规定，公司于2020年4月13日召开第二届董事会第十三次会议审议通过了《关于会计政策变更的议案》，同意公司对原会计政策进行相应变更并对合并财务报表项目进行相应调整。本次会计政策变更是根据财政部修订的最新会计准则进行的相应变更，只涉及财务报表列报和调整，不会对当期及会计政策变更前公司财务状况、经营成果及现金流量产生重大影响，具体内容详见《关于会计政策变更的公告》（公告编号2020-009）。

4.1 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

4.2 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

报告期内，公司新设全资孙公司杭州我乐家居科技有限公司、南京肆伍贰家居有限公司，自取得营业执照之日起将其纳入2020年度合并财务报表范围。其中：杭州我乐家居科技有限公司于2020年11月23日经杭州市余杭区市场监督管理局批准设立登记，并取得社会统一信用代码为91330110MA2KC0QT7Y的营业执照，注册资本为500万元，实际出资500万元；南京肆伍贰家居有限公司于2020年8月31日经南京市江宁区市场监督管理局批准设立登记，并取得社会统一信用代码为91320115MA22B4KC9P的营业执照，注册资本为500万元，实际出资500万元。

报告期内，公司注销全资孙公司苏州想超家居有限责任公司，经苏州市姑苏区行政审批局于2020年3月5日核准注销登记，自2020年4月起不再纳入合并财务报表范围。

南京我乐家居股份有限公司

2021年3月30日