

厦门建霖健康家居股份有限公司

2020 年度总经理工作报告

2020 年，公司管理层在董事会带领下，严格按照《公司法》、《证券法》等法律、法规和《公司章程》等公司制度的要求，勤勉尽责，切实执行董事会、股东大会各项决议，较好地完成了 2020 年度各项工作。公司经营业绩保持良好增长势头，整体达到预期。在此，我谨代表公司管理层就 2020 年度工作情况向董事会做总结汇报。

2020 年初突发的新冠疫情，给经济发展和全社会带来极大挑战。面对疫情之下的复杂经济形势，公司采取积极措施，科学防疫和生产经营两手抓，全面落实公司的目标与各项计划，全年公司合并实现销售收入 38.35 亿元人民币，同比上年度增加 13.03%；实现净利润 3.65 亿元人民币，同比上年度增加 9.28%。主要经营指标如下：

一、2020 年经营指标（合并报表）完成情况如下（单位：万人民币；%）

（一）资产负债表摘要

| 科目 | 本期数 | 上年同期数 | 变动比例 |
|--------|------------|------------|--------|
| 流动资产 | 277,199.71 | 169,929.72 | 63.13% |
| 资产总计 | 376,767.96 | 250,402.12 | 50.47% |
| 流动负债 | 130,423.97 | 99,917.52 | 30.53% |
| 负债总计 | 139,051.46 | 100,983.38 | 37.70% |
| 股东权益合计 | 237,716.50 | 149,418.74 | 59.09% |

（二）利润表摘要

| 科目 | 本期数 | 上年同期数 | 变动比例 |
|--------|------------|------------|--------|
| 营业收入 | 383,507.79 | 339,303.39 | 13.03% |
| 营业成本 | 280,226.39 | 239,357.10 | 17.07% |
| 营业利润 | 42,757.32 | 38,201.78 | 11.92% |
| 营业税后净利 | 36,497.39 | 33,396.60 | 9.28% |

报告期内营业成本较去年同期增加 17.07%，主要原因系本期开始执行新收入准则，重分类调整所致。

（三）现金流量表摘要

| 科目 | 本期数 | 上年同期数 | 变动比例 |
|---------------|------------|------------|---------|
| 经营活动产生的现金流量净额 | 44,927.90 | 45,928.33 | -2.18% |
| 投资活动产生的现金流量净额 | -70,084.74 | -23,686.05 | 195.89% |
| 筹资活动产生的现金流量净额 | 51,928.04 | -21,887.51 | 不适用 |

报告期内经营活动产生的现金流量净额比去年减少 2.18%，主要原因系本期部份客户因疫情暂时延长帐期及因应订单需求，备货增加所致；投资活动产生的现金流量支出净额比去年同期增加 195.89%，主要原因系部份闲置募集资金用于理财投资及厂房建设、设备购置款增加所致。

二、2020 年主要工作回顾

面对年初突发的疫情，公司上下团结一心，在较短时间内实现了复工复产，将疫情造成的影响降到最低。在全体员工的共同努力下，2020 年公司荣获福建省工业和信息化龙头企业、福建省制造百强第 87 名、厦门市重点工业企业、中国建筑卫生陶瓷行业科技创新奖 2 项、高新技术企业重新认定

通过等荣誉。2020 年主要工作情况说明如下：

1、疫情防控工作

公司高度重视疫情防控工作，成立了疫情防控领导小组，建立了应急响应机制，认真落实各项防疫要求，做好防疫物资准备、人员管理、应急预案制定、突发事件处理等工作，确保员工健康，确保生产安全。

2、IPO 精准推进

努力克服各种不利因素，有序推进 IPO 各项工作；IPO 于 4 月 23 日顺利过会，7 月 30 日成功登陆上海 A 股。

3、市场营销

公司持续落实“放眼全球、深耕中国，带路市场突破”、“市场定位及客户订制”的市场发展策略。积极开展工作，深挖客户潜力，努力提高市场占有率，全年实现销售收入 38.35 亿元，同比增长 13.03%。

4、运营管理

公司持续推进“运营转型升级”，围绕提升“毛利率和人均产值、智造、品质、安全”，开展了精益生产、智能制造、自动化、信息化、新技术运用等工作，与此同时，大力发展智能制造技术，有序推进信息化工厂的建设，使得各项核心技术应用快速落地，持续提升了营运系统的订单交付能力。

5、产品及研发

公司以市场和客户为导向，根据“市场定位及客户订制”策略，围绕“健康和智能”两大元素，持续深化现有家居产品线，满足人们对健康生活和美好家居环境的需求，同时把节能、节水、绿色、环保的概念落实在新产品设计中，促进可持续发展。

在技术研发和创新方面，公司坚持以“技术驱动”为企业发展动力，在加强技术研究的同时，进行市场信息和技术研究的对接，推动技术研究成果转化。2020 年开展应用技术与产品技术研发项目共 93 项，获得自主知识产权专利授权 380 件。

在优化研发流程方面，公司坚持设计工作标准化、创新与设计平台化、产品模组化，形成可持续发展的新产品开发体系。厦门建霖“悬挂式花洒的研发项目”和“新型水流淋浴柱的研发项目”，分别获得 2020 年度中国建筑卫生陶瓷行业协会科技创新三等奖（科技进步奖）；宁波威霖企业技术

中心被评为浙江省企业技术中心，在宁波市第一届高价值专利大赛中获得设计优秀奖。

在研发信息化方面，公司启动并上线产品生命周期管理（PLM）信息化二期，对加快集团数字化转型升级及产品智能模组的发展起到积极的促进作用。

6、泰国基地建设

“一带一路”布局之泰国建霖，2020年顺利完成一期工程，包括厂房、污水处理厂、员工餐厅等工程项目，各产线按计划有序建设中。在团队与文化建设方面，已培养出泰籍基层干部和部分技术员，持续将公司文化与当地文化融合。

三、2021年度经营目标和工作计划

根据公司五年发展规划，2021年公司将持续提升企业核心竞争力和运营效率，加速数字化转型升级，加速补短板能力、完善人才发展能力，实现经营业绩稳步增长，主要围绕以下几个方面工作展开：

1、市场营销

2021年在全球市场布局的整体规划下，深耕客户需求，精实品质力和服务力，持续开发新客户，加速国内大循环的商业布局、推动国际市场的发展，整合公司的产品及业务能力、提供全价值链服务、一站式满足客户的需求。

2、产品研发和技术创新

持续深化健康家居产业的发展，围绕“技术驱动，健康发展，品牌精准”三大主轴，加快技术创新、设计创新，加速智能产品落地，促进健康家居产品智慧化发展。

3、运营发展

2021年将持续围绕“提升毛利率和人均产值、智造、品质、安全”，加快数字化转型升级、强化智能制造平台的建设，提升营运价值。继续推进海外泰国运营项目的落地，有序推进“厨卫产品线扩产项目”及“智能信息化升级项目”等重大工程项目；加大技术能力的提升，先进技术的研究与布局；增强流程优化力度，促进运营系统的优化和升级。

4、人才梯队建设

为配合企业发展，2021 年将加速人才布局，包括市场营销人才、专业技术人才、创新类人才、经营管理复合型人才等。赋能计划持续推动，高管体系的内化落地、经理人提升工程、人才年轻化；继续盘活人才存量，提升间接非技术人员的优化成果。

5、ESG 推动

持续开展 ESG 推动，包括环保投入、绿色技术、废弃物防治等；善尽社会责任，包括产品质量与安全、员工责任、供应链责任、社会公益等；强化公司治理方面，将持续组织与赋能价值的建设和运作、加大上市公司法规要求的培训等。

各位董事，2021 年经营环境依然复杂且不确定。在董事会的领导下，依靠经营管理层及全体员工的团结协作、拼搏进取，我们深信，一定能够克服各种困难和险阻，取得新的进步。

以上报告，请予审议。

厦门建霖健康家居股份有限公司

总经理 陈岱桦

2021 年 4 月 23 日