

公司代码：603818

公司简称：曲美家居

曲美家居集团股份有限公司 2020 年年度报告摘要



二〇二一年四月二十八日

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 普华永道中天会计师事务所（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
2020 年公司拟不进行利润分配，不派发现金红利，不送红股，不以资本公积转增股本。

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	曲美家居	603818	曲美股份

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	孙潇阳	刘琼
办公地址	北京市朝阳区顺黄路217号	北京市朝阳区顺黄路217号
电话	010-84482500	010-84482500
电子信箱	ir@qumei.com.cn	ir@qumei.com.cn

2 报告期公司主要业务简介

（一）公司所从事的主要业务及经营模式说明

1、公司所从事的主要业务

公司主要从事中高档民用家具及配套家居产品的研发、设计、生产和销售业务，为消费者提供全屋家具和家居用品解决方案。公司秉承“设计创造生活”的理念，让家居产品成为传达“简约、时尚、现代”的文化载体。曲美是行业内少数具备全品类家具产品研发、设计和生产能力的品牌家居企业。公司的家具产品以生活美学、健康环保、品质出众为核心竞争优势，产品线涵盖成品家具、定制家具、软装饰品等各类家居产品。独创的生活馆模式融合了曲美对生活美学和生活方式的理解，将曲美全线产品、全屋设计服务和新零售模式进行有机结合，为客户量身定制全屋家居

空间和生活方式，满足消费者一站式的家具和家居用品购物需求。

公司是国内家具企业中最先引入设计美学的品牌，强大的产品设计和研发能力是曲美的核心竞争力之一。曲美家居以北欧家具设计风格为主，多年来逐步发展了中式复古、新中式、轻奢、简意、简美等多种风格的家具系列产品。2019年，公司重回时尚家居赛道，全面转型“时尚家居”品牌，专注为80后、90后提供品质环保、外观时尚、性价比高的家居产品，以设计能力为核心驱动力，推进品牌转型升级，重塑品牌价值，实现品牌减龄和产品创新。

2018年8月，公司完成对挪威上市公司Ekornes ASA的要约收购，通过子公司持有Ekornes 90.5%的股份，成为Ekornes控股股东。Ekornes是一家全球化的家具制造销售企业，创立于1934年，总部位于挪威Ikornnes，主要开发、制造家具和床垫产品，并通过全球的家具商店、进口商和零售商销售旗下产品。Ekornes公司在全球拥有26家销售子公司，9家工厂，旗下品牌包括Stressless、IMG、Svane和Ekornes Contract等。

Stressless、IMG、Svane、Ekornes Contract 构成了不同地域、不同价位的品牌矩阵。Stressless 是全球知名的舒适椅品牌，被誉为“全世界最舒服的椅子”，销售规模在全球高端舒适椅品牌中处于领先地位，Stressless 品牌依靠舒适椅和沙发产品享誉全球 40 余年，具有丰富的历史文化底蕴；IMG 定位为“引领市场潮流、高性价比”的舒适椅产品，作为 Stressless 的兄弟品牌，IMG 能够为消费者提供高质量、高舒适度、高性价比的舒适椅和配套家具产品，是 Stressless 品牌在中高端市场的有效补充；此外，Ekornes 旗下还拥有床垫品牌 Svane 以及针对酒店等渠道的 Ekornes Contract 品牌。差异化的品牌产品矩阵帮助公司覆盖更多的消费群体，占领更广阔的市场空间。

2、公司的主要经营模式

公司主要从事现代风格中高档家居产品的研发、设计、生产和销售业务，为消费者提供全屋家具和家居用品解决方案。

(1) 生产模式

曲美家居采用订单式生产与批量式生产相结合的生产模式。曲美在北京市顺义区、北京市怀柔区、河南省兰考县拥有三大生产基地，九个生产工厂，按照产品类别划分为定制一工厂、定制二工厂、定制三工厂、沙发工厂、曲木工厂、板木工厂、万物工厂、古诺凡希工厂、兰考工厂。报告期内，公司各工厂的标准产能通道产值和产能利用率情况如下表所示：

	理论通道产值（万元）		2020 年产能利用率
	2019 年 12 月	2020 年 12 月	
曲木工厂	18,000	18,000	65.6%
沙发工厂	20,000	20,000	73.1%
万物工厂（兰考）	10,000	10,000	35.8%
定制二工厂	40,000	40,000	70.1%
定制三工厂	40,000	40,000	66.3%
定制一工厂	21,000	21,000	90.8%
板木工厂	21,000	21,000	61.5%
古诺工厂	12,000	12,000	43.5%
兰考	22,100	22,100	10.6%
制造中心合计	204,100	204,100	60.8%

公司主要采用订单式生产模式进行成品家具和定制家具的生产，报告期内，公司各类材质的产品生产周期如下表所示：

产品类别	生产周期（天）
板式成品	12
板木成品	15
实木成品	22-25
板式定制	12

曲美通过自主研发的 ERP 信息系统进行生产管理，实现了定制家具产品的柔性化生产和成品家具多个生产环节的自动化、半自动化生产与智能排产，形成了定制家具即时报价、自动拆单及智能生产的信息化管理体系。值得一提的是，公司通过自主研发的 ERP 信息系统将定制产品设计下单与工厂生产系统进行无缝对接，实现了订单分解过程中的自动拆单。

Ekornes采用订单式生产和批量式生产相结合的生产模式，生产自动化水平极高，主要生产环节依靠数控机器人实现了自动化生产。此外，在国内主要依靠手工操作的装订、喷漆、打磨等环节，Ekornes均已实现了生产自动化。

Ekornes在全球拥有9家工厂，包括5家位于挪威的工厂，2家位于泰国和越南的工厂，1家位于立陶宛的工厂和1家位于美国的工厂。其中，挪威工厂实现了数字化、信息化、自动化生产，生产效率在业内具有明显的领先优势；立陶宛工厂、泰国工厂和越南工厂具备天然的人工、土地和配套供应链的成本优势，使得公司在产品成本方面具备更强的竞争力；北美工厂以半成品组装为主，能够帮助公司大幅缩短北美市场的交货周期，整体提升公司在北美地区的市场竞争力。



（2）采购模式

曲美统一采购所有生产原材料，与主要供应商建立了ERP信息平台，实现采购数据化管理、标准化程序，确保各项制度高效执行。同时，通过制定一系列严谨的采购制度，对采购产品质量、入库检验程序、价格优化和招标制度等进行管理和监督。软装系列配套产品采用OEM与成品外购结合的模式，打造兼顾规模化与独特性的产品组合。

Ekornes统一采购所有生产原材料，与供应商建立了长期稳定的合作关系。Ekornes的主要原材料包括皮革、布料、木材、钢铁部件等，在全球拥有成熟的供应链体系，核心供应商主要分布在巴西、阿根廷、印度、德国、东南亚、意大利等地。

（3）销售模式

曲美采取经销渠道为主、直营和线上渠道为辅，工程、出口等多渠道并存的商业模式。公司积极拥抱新零售，加强消费业态创新，优化营销渠道，通过新零售模式将线上平台与线下体验店互相融合，形成线上引流服务，线下深入互动的购物体验。公司与各大地产商建立了战略合作关系，以强大的制造能力和丰富的产品结构为地产客户提供与精装房配套的家具产品和服务。

Ekornes以批销模式进行产品销售，销售区域覆盖欧洲、北美、亚太等主要大洲，近7000个零售终端形成了发达的全球零售网络。经过多年的品牌经营与渠道发展，Ekornes与欧洲、北美、日韩等多个地区和国家的代理商建立了稳定的销售关系，部分终端的合作时间超过30年。

（4）设计模式

公司产品设计遵循“三定五审”原则，产品设计工作以内部设计师为主导，并与众多国内和国际知名设计师建立了稳定的长期合作关系。“三定”即定价格、定款式、定材料，“五审”即审方案、审样品、审工艺、审图纸、审价格。依靠“三定五审”原则，公司将产品市场调研、外观设计、工艺研发、样品试制与新产品定价环节进行有机结合，使新产品的研发方案能够兼顾设计美感、工艺品质与市场定价要求。“三定五审”原则保证了公司新产品在外观设计竞争力、工艺品质竞争力和产品价格竞争力方面的有效统一，帮助公司打造深受终端消费者喜爱的家具产品。

公司的店面形象设计由外聘著名设计师完成，由集团商业形象部落地执行，多年来形成了独具一格的店面形象风格。曲美拥有20多年的大店经营历史，在全国拥有超过200家大型独立门店，著名设计师的加盟与丰富的店面设计经验使得曲美具有行业领先的店面形象设计能力，在门店外立面设计、店面动线规划、空间设计、摆场设计和产品方案设计等方面均建立了成熟的标准化解决方案，保证公司店面形象设计理念和设计风格的持续领先。公司每年根据家具市场流行元素，对店面形象标准进行升级，使店面形象能够持续带给消费者最好的购物体验。

（5）公司所处产业链位置和盈利模式分析

公司集家具产品研发、生产、品牌营销与产品销售于一体，占据了产品研发和品牌营销两个产业链高附加值环节。强大的全品类成品家具订单式生产能力和定制家具柔性化生产能力是公司商业模式的有力保障，使公司具备稳定的交付周期、齐全的产品线和行业领先的产品品质。

公司上游是原材料供应商，家具行业的原材料以实木、板材、皮革、玻璃、胶等大宗材料为主，产品同质化，市场价格透明，供应商议价能力较弱。凭着业内领先的采购规模，公司在与供应商的谈判上占据主动地位，在采购成本和付款周期方面均享有不同程度的政策支持。

公司下游是家具经销商、大宗交易客户和零售消费者。家具行业的经销商规模相对较小，对家具品牌的议价能力弱，曲美以排他性方式授予经销商区域品牌经营权，向曲美经销商提供家具产品批销、门店形象设计、门店运营管理等服务内容。曲美对下游经销商制定年度销售任务，并帮助经销商实现收入目标，对未能实现经营目标的经销商，曲美有权收回品牌授权并停止经销业务。因此，曲美对下游经销商的掌控能力较强。曲美的大宗交易客户以房地产企业、政府部门、大型国企为主。由于大宗客户的采购批量较大，采购需求集中，因此大宗交易客户对品牌家具企业往往具有较强的议价能力，体现在大宗交易客户的账期和毛利水平方面。零售消费者关注家具产品的品牌知名度、产品质量、设计美感、环保性、销售服务和性价比。曲美家居是中国知名家具品牌，良好的品牌形象，过硬的产品质量，富有生活美学的全屋设计服务，曲美严格的环保标准和贴心的售后服务给予消费者卓越的消费体验。

Ekornes的渠道销售采用经销模式，下游客户包括全球市场的家具连锁商、大型零售商和小型零售店等销售终端。

（二）行业情况说明

1、公司所处的行业发展阶段和发展趋势

（1）公司所处的行业

根据国家统计局2011年公布的《国民经济行业分类》（GB/T4754-2011），公司所处行业为家具制造业中的木质家具制造子行业（C2110）；依据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司属于家具制造业（C21）。

来自中国家具业协会、国家统计局及中国海关总署的统计数据显示，2020年全年，中国家具行业规模以上企业累计完成营业收入6,875.40亿元，累计完成利润总额417.70亿元，家具全行业累计出口金额584.06亿美元。目前，我国家具业受消费升级和新零售潮流影响，在“5G”、“人工智能”、

“大数据和云计算”等进行技术的不断应用过程中，正处于一个充满机遇和挑战的阶段。

（2）行业发展趋势

A、受到疫情影响，行业进入“蜜月期”

2020年，受到疫情影响，家具行业整体呈现出“低开高走”态势。一方面，受到疫情影响，2020年一季度行业客流大幅下滑，导致部分中小型家具工厂、品牌商、建材城及家具经销商关店退出，行业竞争格局得到优化；另一方面，受到刚需及耐用品属性的影响，自2020年二季度国内疫情转好以来，行业需求快速回暖，家具行业景气度大幅提升。经过本轮行业洗牌，经销商的运营水平明显提高，行业进入壁垒与上一轮景气周期相比明显增加，自此，家具行业有望进入新一轮的“蜜月期”。

B、主动营销常态化，客户资源成为家具企业的竞争要点

客户资源越来越成为家具企业的竞争要点，不能自己创造客户流量的品牌将面临被淘汰的风险。一方面，新房市场增量效应减弱，在过去两年行业产能及店面数量扩张的影响下，终端客流仍然面临被稀释的风险；另一方面，在当前的市场环境下，家具企业纷纷加快对新零售、二手房、整装、精装房等新渠道和新销售模式的探索节奏，传统建材城、家具城的自然客流持续下滑，坐商模式已经不能适应行业当前阶段的竞争现状，主动营销已经常态化，客户资源成为每个品牌商和经销商的竞争要点。

C、抢占二手房市场是未来一二线城市的重要增长点

近年来，全国的二手房交易占比持续提升，部分一线城市二手房占比甚至超过70%，二手房订单多以局部改造、翻新为主，并结合少量家装改造，特点鲜明。二手房客户并不适合传统的建材城与家具卖场渠道，且需求往往融合了家具更新、水电微改造、墙面屋顶翻新等多种“跨领域”服务。在这一背景下，如何以低成本获得二手房客户，并通过供应链整合，为之提供全屋家具、家装服务，成为家具公司的必要课题。

D、家装渠道成为家具品牌的竞争要点

家装公司近年来成为家具品牌开拓市场、拓展新型零售渠道的重点布局对象。家装公司拥有丰富的客户资源，在整装业务渗透率逐年抬升的背景下，家装公司对家具产品的供应链配套能力拥有强烈的需求。成熟的家装公司在引流、交付、服务方面，较之家具品牌经销商有着先天的优势，是家具品牌抢占市场占有率的重点渠道。

E、精装房趋势加速品牌企业集中

地产行业集中度提升和精装房占比提高将加速品牌家居企业集中。一方面，精装房趋势会加大经销商层面竞争，有助于品牌家居企业现有渠道的深耕及新渠道的下沉。另一方面，精装房的大宗交付模式能够快速提高家具企业的销售额，促进龙头企业快速发展，进一步抢占中小品牌的市场空间。

F、海外高端家具品牌越来越受到行业青睐

近年来，海外高端家具品牌越来越受到国内大型家具企业的青睐。一方面，随着国内消费升级，消费者对海外高端品牌家具的需求不断增长；另一方面，高端家具品牌，尤其是海外品牌，能够显著增强国内家具经销商的品牌吸引力，对国内主品牌的销售起到良好的带动作用；最后，高端品牌在国内具备较强的独立招商能力，能够成为主品牌渠道的良好补充，有效解决问题市场招商难的问题。但高端品牌需要同时具备精湛的生产工艺、悠久的历史 and 较高的品牌美誉度，稀缺性极强，因此，海外高端家具品牌成为国内大型家具企业追捧的对象。

G、商业品牌是家具行业长期发展方向

通过整合供应链，发挥品牌营销优势，输出大店管理能力，从家具生产品牌转型为家具商业品牌，打破产品边界，专注进行店面运营管理和营销工作，提高产品竞争力、店面竞争力、营销竞争力，是家具企业的长期发展方向。目前，国内家具行业正处于整合初期，通过打造商业品牌，提升家具企业的综合运营壁垒，将有助于企业突出重围。

2、行业周期性特点

家居产品的销售受国民经济景气程度、房地产行业发展情况及居民人均可支配收入等因素的影响。总体来说，家居行业的周期性与宏观经济的周期性和房地产销售的周期性相关。从国内市场来看，家居行业的季节性受中国传统风俗、消费习惯影响，家具行业在每年的一季度受春节因素的影响，相对清淡。二季度开始逐步增长，下半年受国庆长假促销及房地产销售、婚庆消费等因素的影响，进入销售旺季。

3、公司的行业地位

我国家具行业竞争格局分散，市场集中度低，具备极大的行业整合潜力。根据国家统计局数据显示，2020年，我国规模以上家具制造企业营业收入6,875.40亿元，市场空间广阔。

曲美家居一直秉承“设计创造生活”的理念和中高端的品牌市场定位，2020年，公司营业收入42.79亿元，在国内家具品牌中名列前茅。

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	7,682,310,985.52	7,716,772,279.37	-0.45	7,286,800,347.81
营业收入	4,278,737,933.65	4,279,355,737.80	-0.01	2,891,634,687.72
归属于上市公司股东的净利润	103,850,669.82	82,155,263.70	26.41	-59,064,206.62
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	94,867,052.22	68,683,500.22	38.12	-35,341,796.98
归属于上市公司股东的净资产	2,160,512,617.15	1,501,183,094.11	43.92	1,349,638,336.25
经营活动产生的现金流量净额	618,753,040.54	700,731,674.56	-11.70	312,331,427.60
基本每股收益（元/股）	0.20	0.17	17.65	-0.12
稀释每股收益（元/股）	0.20	0.17	17.65	-0.12
加权平均净资产收益率（%）	5.85	5.78	增加0.07个百分点	-3.87

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	839,424,508.68	918,524,704.45	1,143,334,785.76	1,377,453,934.76

归属于上市公司股东的净利润	-33,862,337.94	-7,459,425.27	72,504,518.32	72,667,914.71
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-34,884,463.57	8,925,652.68	66,253,460.28	54,572,402.83
经营活动产生的现金流量净额	-35,202,182.34	250,075,683.39	203,916,090.44	199,963,449.05

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

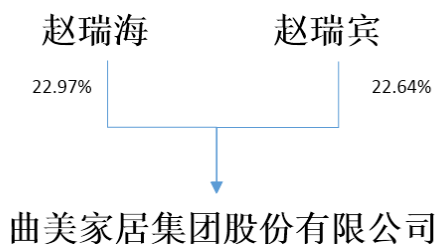
单位：股

截止报告期末普通股股东总数（户）		16,367					
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）		17,884					
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	
赵瑞海	-26,608,228	133,874,972	22.97		质押	51,908,133	境内自然 人
赵瑞宾	-25,130,000	131,938,000	22.64		质押	46,960,000	境内自然 人
张家港产业 资本投资有 限公司	49,391,328	49,391,328	8.47		无		国有法人
赵瑞杰		35,244,000	6.05		质押	8,232,129	境内自然 人
珠海卓瑜宏 信股权投资 合伙企业（有 限合伙）	11,678,832	11,678,832	2.00	11,678,832	无		境内非国 有法人
中意人寿保 险有限公司 —中石油年 金产品—股 票账户	3,855,419	11,661,284	2.00		无		未知
民生证券股 份有限公司	10,218,978	10,218,978	1.75	10,218,978	无		境内非国 有法人

民生证券— 中信证券— 民生证券添 益 3 号集合 资产管理计 划	8,083,892	8,083,892	1.39		无		未知
深圳金善银 股权投资基 金管理有限 公司—金善 银太阳城私 募证券投资 基金	7,954,381	7,954,381	1.36	7,954,381	无		未知
徐莺	7,299,270	7,299,270	1.25	7,299,270	无		境内自然 人
上述股东关联关系或一致行 动的说明	赵瑞海、赵瑞宾、赵瑞杰系兄弟关系，因直系亲属构成一致行动关系。						
表决权恢复的优先股股东及 持股数量的说明	无						

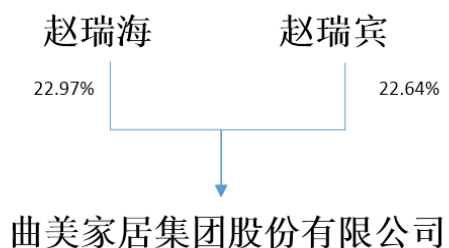
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

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，公司实现营业收入 42.79 亿元，较去年同期下降 0.01%；实现净利润 11,970.21 万元，较去年同期增长 22.57%

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、会计政策变更的原因

经公司第三届董事会第三十六次会议和第三届监事会第二十六次会议审议，同意公司根据财政部于 2017 年 7 月 5 日颁布的《企业会计准则第 14 号—收入》（财会[2017]22 号）的规定，从 2020 年 1 月 1 日起执行《企业会计准则第 14 号—收入》（财会[2017]22 号）。

2、本次会计政策变更对公司的影响：

根据新旧准则转换的衔接规定，公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，根据首次执行该准则的累积影响数调整期初留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整。执行新收入准则预计不会对公司经营成果产生重大影响，亦不会导致本公司收入确认方式发生重大变化，不会对财务报表产生重大影响。

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

本年度纳入合并范围的主要子公司详见附注九(1)。