



# 2019年 半年度报告摘要

股票代码：002327 股票简称：富安娜

披露日期：2019年8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：2019-082

# 深圳市富安娜家居用品股份有限公司 2019 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。

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）	1,104,858,959.48	1,145,931,744.99	-3.58%
归属于上市公司股东的净利润（元）	154,864,035.02	184,852,224.49	-16.22%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	125,649,067.33	159,261,954.14	-21.11%
经营活动产生的现金流量净额（元）	486,610,161.91	71,271,682.93	582.75%
基本每股收益（元/股）	0.19	0.21	-9.52%
稀释每股收益（元/股）	0.18	0.21	-14.29%
加权平均净资产收益率	4.61%	5.72%	-1.11%
	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）	4,144,941,025.29	4,572,001,859.78	-9.34%
归属于上市公司股东的净资产（元）	3,166,813,388.11	3,559,708,620.44	-11.04%

### 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		33,171	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	35.81%	313,111,710	234,833,782	质押	16,637,674
陈国红	境内自然人	13.97%	122,123,238	91,592,428	质押	33,400,000
东吴证券股份有限公司	国有法人	2.15%	18,768,332			
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	2.04%	17,869,151			
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	1.26%	11,000,077			
香港中央结算有限公司	境外法人	1.21%	10,546,872			
喀斯喀特有限责任公司—自有资金	境外法人	1.10%	9,585,244			
中国建设银行股份有限公司—中欧价值发现股票型证券投资基金	其他	1.08%	9,419,905			
兴业国际信托有限公司—兴享进取景林 1 号证券投资集合资金信托计划	其他	0.90%	7,902,148			
国信证券股份有限公司	国有法人	0.80%	7,003,694			
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 49.78% 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，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。					

### 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

否

### 一、公司核心竞争力

#### 1、品牌文化：

##### 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，专注产品创新和工艺更新，让消费者得到更好的产品和体验；在家居产品研发上，通过技术创新，让富安娜原创艺术设计突破单一材质的限制而投射到各类石材、玻璃、金属上，让家居产品具备市场差异化的竞争力，经过多年的积累，公司已经拥有系统化、人才化、管理信息化的大家居研发设计组织架构，为后续多系列产品的市场竞争打下坚实基础。

##### 2) 行业荣誉、版权、专利：

公司拥有丰厚的自主知识产权，截止2019年上半年，拥有有效专利50项，软件著作权证书12项，版权证书1038项，是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。公司历年荣获中国纺织工业协会、纺织工业联合会、中国企业产品创新设计奖组委会颁发的中国国际家用纺织产品设计大奖、中国纺织工业联合会科学进步奖、中国企业产品创新设计团队奖、中国企业产品创新设计最佳时尚设计奖等。公司稳健的发展和优质的经营质量以及不断的技术与研发创新突破不仅赢得了终端顾客的青睐，也历年获得了极为重要的政府和社会机构认定和奖项，其中包括国家高新技术企业、中国品牌价值500强行业首位、深圳市市长质量奖、行业标准制定企业等。





## 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”）

公司的线下渠道主要集中一线、二线城市及经济情况好的三、四线城市，在全国一、二线城市终端布局占比大于50%。公司最近两年持续在进行终端门店的结构优化，提升开店面积的门槛，淘汰抗风险能力差的终端店，截止2019年上半年，全国终端门店（柜）有1350多家，大于150平的门店占60%左右，300平方米大店约占到25%，沿街店约占所有终端的60%，公司的终端渠道受商场市场环境变化掣肘的影响较小。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，已经拥有了良好的终端下沉渠道，未来，公司将会持续提升单店质量，深化一、二线城市的渠道纵深，加速扩大三、四线城市的优质加盟渠道。

### 2) 电子商务渠道（以下简称“电商渠道”）

电商渠道管理团队也是公司的电商创始团队，深耕于公司，并经历了中国电商市场的蓬勃发展，对电商平台的供应链、商品、物流的精细化运营经验丰富。电商团队洞悉人群市场，善于运用数据化管理对市场进行快速反应，执行力强。截至报告期末，公司电商渠道的销售收入占公司营业收入约36%，规模增速同比增长约23%，在品牌家纺行业属于优势地位。电商渠道是公司未来持续发展的重要战略渠道，也是公司未来加大拓展的渠道。公司与国内的头部电商平台均建立了长期的战略合作关系，天猫、京东、唯品会、云集等均是公司重要的战略合作伙伴。

## 3、管理信息系统

在家纺和家居行业精细化发展趋势下，公司持续布局领先的信息化管理系统，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）、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），并不断推进三种系统进行优化和协同，持续提升供应链管理和门店管理体系。截至到2019年上半年，已完成全门店POS系统的统一，总部可随时监控终端门店库存及销售情况，为后续线下渠道新零售的开展打下基础。

## 4、供应链管理：

公司从胚布采购周期就采取自主研发和面料定制，始终与行业内优质供应商进行合作，对部分面料指标采用高于行业的标准和检验方法进行品质把控，公司持续在质量管控上建设和更新管理制度，坚持工艺创新，拥有自己的产品、辅料、生产工艺考核管理标准，以保证质量优秀的核心竞争力。2019年上半年，

公司与东软集团达成重要战略合作协议，通过SRM供应商管理系统，持续不断优化供应链各个环节，降低采购成本，在保证产品质量的同时进一步挖掘产能以提高供应链速度。

### 5、生产布局

公司现有深圳龙华生产基地、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生产基地，2019年上半年，综合考虑公司业务的地域规划与生产成本的因素，原有的湖北阳新生产基地产能已经转移到四川南充，同时，在常熟生产基地实施仓中园项目，集中资源保证生产效率和产品品质，满足订单需求，逐步构建能快速反应的供应链。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，以支持公司家纺、家居的战略发展。

### 6、利益共同体优势：

公司人才发展战略强调从利益共同体向事业共同体转变，公司给与员工股权激励、住房福利和专业培训来搭建人才梯队，优胜劣汰，形成长效的人才机制。

#### 股权激励：

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、四期限制性股票和一期员工持股计划在内的七次股票激励计划，总计激励对象共计1500人次。公司部分经销商也于2018年通过二级市场购买公司股份的方式拟长期持有公司股份，表达对公司价值的认可。

#### 住房福利：

公司每年持续为员工申请公租房和人才房，同时，位于深圳龙华的千套房员工幸福安居工程在2018年已经全配置生活配套公寓入住，让员工以更饱满的激情投入到富安娜的美丽事业中来；2019年上半年，公司针对部分员工扎根粤港澳大湾区的诉求，充分发挥组织力量，让员工积极在惠东团购买房。

#### 培训福利：

公司拥有自己的商学院，富安娜商学院通过专业化运作以推动人才培养体系建设，通过标准化课程的开发，特色化课程外聘专家，以及项目为依托的实践课程，输出标准化课件与标准化项目实施文件来提升员工的专业知识、实践能力和综合素质，从而打造学习型组织。2019年上半年，公司开展了2019届储备干部新动力训练营，优化三百多位新型销售人才充实到各渠道门店；公司启动了一系列培训，聚焦在“销售业绩提升”与“助推公司新零售”，在全国各大区域巡回“赢销终端店柜长集训营”及“销售直播间”等项目，定期实施新品上市、产品知识、销售技巧等视频直播及现场互动培训。“提升组织能力，助推公司新零售”是富安娜商学院下半年将持续推进的工作。

## 二、公司2019年上半年经营情况分析

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，从2018年下半年开始中美贸易摩擦不断加大，全世界经济处于瓶颈期并不断有衰退指标出现，中国未来GDP增长将不再是高增长的预期。在经济周期的变化下，跑马圈地的粗放式发展会影响公司经营质量的提升，公司以提升内部管理能力来抵抗消费周期的变化，得以健康长远地持续发展，而加大电商经营力度，帮助加盟商长远发展，加快直营门店新零售管理能力是公司管理革新的主要内容。

2019年上半年，公司实现营业收入1,104,858,959.48元，较去年同期下滑3.58%，其中，经销商业务收入占比约为23%，直营门店占比约为28%，电商业务收入占比约为36%，其他业务（包括团购和家居）占比约为13%；2019年上半年，归属于上市公司股东的净利润为154,864,035.02元，较去年同期下滑16.22%，净利润下滑的幅度大于营业收入下滑的幅度主要原因是净利润率最高的经销商业务占比下降较大，同期下降约10%。2019年上半年经营情况如下：

### 一、从持续健康发展的角度来讲，面对消费环境的不确定因素，帮助经销商提升管理能力，推进经销商去终端库存是公司和经销商作为共同命运体的长远发展布局

经销商是公司发展的命运共同体，公司不盲目扩张开店，在面对经济周期变化的预期下，公司更关注经销商的长远发展和抵抗风险的能力，公司2019年上半年对经销商管理团队以回款为奖金考核指标，以推进管理团队帮助经销商去终端库存，帮助其提升自身利润，同时，公司成立百人渠道服务团队，帮助经销商推进信息管理系统操作培训、门店新零售等专业技能，为公司线下渠道的后续发力打下基础。

### 二、推进全国终端POS系统统一接入，推进线下新零售管理培训和样板打造是2019年上半年的主要工作

截至到2019年上半年，已完成全门店POS系统的统一，总部可随时监控终端门店库存及销售情况，公司线下零售会员人数达到66.6万，线下管理团队打破传统引流模式，引入新零售思维，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、推进终端门店激励机制，快速的商品反应机制，提升直营门店的管理竞争力，为公司全国终端门店的业绩提升奠定基础

2019年上半年，公司渠道管理更加扁平化，实施布局多渠道战略，多品类发展，充分调动前线销售人员能动性，绩效考核由以销售为主调整为以回款考核为主，聘请知名供应链缓冲管理专家指导，建立快速补货绩效体制。

为更好的调动终端零售人员积极性，挖掘和培养销售能手，强调多劳多得，增加零售人员之间的公平竞争，调整最优的薪资绩效方案，树立标杆，在内部形成业绩竞赛、金牌导购等绩效激励评比机制，充分调动了店柜销售人员积极性。执行公司新品上市节奏，关注新品售罄，加快库存清理，执行公司价格统一，策略统一；建立经销商奖励机制，并推广全国。

### 四、加大电商平台经营力度，增加电商多品类家纺、家居的拓展。

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。未来公司电商渠道业务的持续增长，依靠通过捕捉消费者消费习惯和变化来快速反应产品的变革，推动电商平台供应链的快速反应，在发展强势品牌的多品类的战略布局下，从而帮助公司提升品牌力、销售业绩及经营业绩。2019年上半年，公司重新构建电商平台运营构架，进行多品类产品精细化运营，快速进行电商供应链改革，通过商品结构的优化和平台资源整合，公司在6.18等电商大节上的销售业绩均有较好表现，截止2019年6月底，公司电商平台销售收入同比增长约23%。

## 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

公司报告期无会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况。

### (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

公司报告期无合并报表范围发生变化的情况。

# FUANNA



深圳市富安娜家居用品股份有限公司  
ShenZhen Fuanna Bedding and Furnishing Company Limited  
地址：深圳市南山区南光路富安娜大厦

咨询电话：**400-188-1800**  
官方网站：[WWW.FUANNA.COM.CN](http://WWW.FUANNA.COM.CN)

全国招商电话  
**0755-26064620**  
**0755-26055119**