

证券代码：000541/200541

证券简称：佛山照明/粤照明 B

公告编号：2020-005

佛山电器照明股份有限公司 2019 年年度报告摘要

一、重要提示

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，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

所有董事均亲自出席了审议本次年报的董事会会议。

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

是否以公积金转增股本

是 否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 1,399,346,154 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1.85 元（含税），送红股 0 股（含税），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	佛山照明/粤照明 B	股票代码	000541/200541
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	证券事务代表	
姓名	何勇	黄玉芬	
办公地址	广东省佛山市禅城区汾江北路 64 号		广东省佛山市禅城区汾江北路 64 号

传真	(0757) 82816276	(0757) 82816276
电话	(0757) 82810239	(0757) 82966028
电子信箱	yh888@chinafsl.com	fslhyf@163.com

2、报告期主要业务或产品简介

1、公司主要业务及产品

公司的主营业务是研发、生产、销售高品质的绿色节能照明产品和电工产品，并为客户提供全方位的照明、电工解决方案。公司主要产品包括LED光源、LED灯具、LED汽车照明、传统照明、开关、插座等产品。目前，公司主要形成了照明、电工、汽车照明三大板块业务。经过多年的发展，公司获得了较多的荣誉，公司“FSL”和“汾江”品牌被认定为中国驰名商标。

2、行业发展阶段以及公司所处行业地位

近几年来，由于LED照明技术发展迅速，成本快速下降，节能减排效果明显，LED照明被消费者普遍接受，LED照明应用渗透率不断提高，相对应的则是传统照明市场快速萎缩，但是LED照明经过近几年的快速发展与替换后，LED照明发展速度放缓，尤其是门槛不高的LED下游应用领域，存在着较明显的结构性产能过剩问题，并由此导致了市场的无序、恶性竞争，在宏观经济下行压力及激烈竞争的双路夹击下，大企业将通过并购重组进行扩张，增强市场竞争力，部分缺乏市场竞争力的中小企业将逐步退出市场，整个行业进入整合阶段。

总体来讲，目前我国照明市场比较分散，行业集中度不高，市场份额虽有向优势品牌集中的趋势，但至今没有形成具有绝对优势的领导企业。经过多年的发展，公司在品牌、生产规模、渠道建设、产品研发等方面积累了行业优势，是国内照明行业的龙头企业之一，公司具备较强的市场竞争力。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年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

单位：元

	2019 年	2018 年	本年比上年增减	2017 年
营业收入	3,337,576,747.66	3,801,955,946.76	-12.21%	3,800,188,261.54
归属于上市公司股东的净利润	301,182,906.24	377,615,133.62	-20.24%	740,308,725.30
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	283,753,154.31	354,513,585.67	-19.96%	353,549,021.39
经营活动产生的现金流量净额	508,084,757.46	617,987,487.05	-17.78%	215,821,192.79
基本每股收益（元/股）	0.2152	0.2699	-20.27%	0.5290

稀释每股收益 (元/股)	0.2152	0.2699	-20.27%	0.5290
加权平均净资产收益率	6.37%	8.36%	-1.99%	15.14%
	2019 年末	2018 年末	本年末比上年末增减	2017 年末
总资产	6,175,200,008.24	5,588,166,699.30	10.50%	5,675,811,824.29
归属于上市公司股东的净资产	4,880,736,800.07	4,319,259,418.46	13.00%	4,779,115,459.39

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	889,232,750.52	797,951,910.34	755,281,612.77	895,110,474.03
归属于上市公司股东的净利润	86,659,035.18	80,616,690.57	63,440,260.60	70,466,919.89
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	74,681,526.84	79,836,460.82	64,734,076.20	64,501,090.45
经营活动产生的现金流量净额	29,966,955.13	160,714,878.35	145,265,388.22	172,137,535.76

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是 否

4、股本及股东情况

(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

报告期末普通股股东总数	85,911	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	82,890	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	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	
香港华晟控股有限公司	境外法人	13.47%	188,496,430		质押	92,363,251	
佑昌灯光器材有限公司	境外法人	10.50%	146,934,857				
深圳市广晟投资发展有限公司	国有法人	5.12%	71,696,136		质押	35,800,000	
广东省电子信息产业集团有限公司	国有法人	4.74%	66,393,501		质押	32,532,815	
中央汇金资产管理有限责任公司	国有法人	2.42%	33,878,900				
安信国际证券(香港)有限公司	境外法人	2.22%	31,008,913				

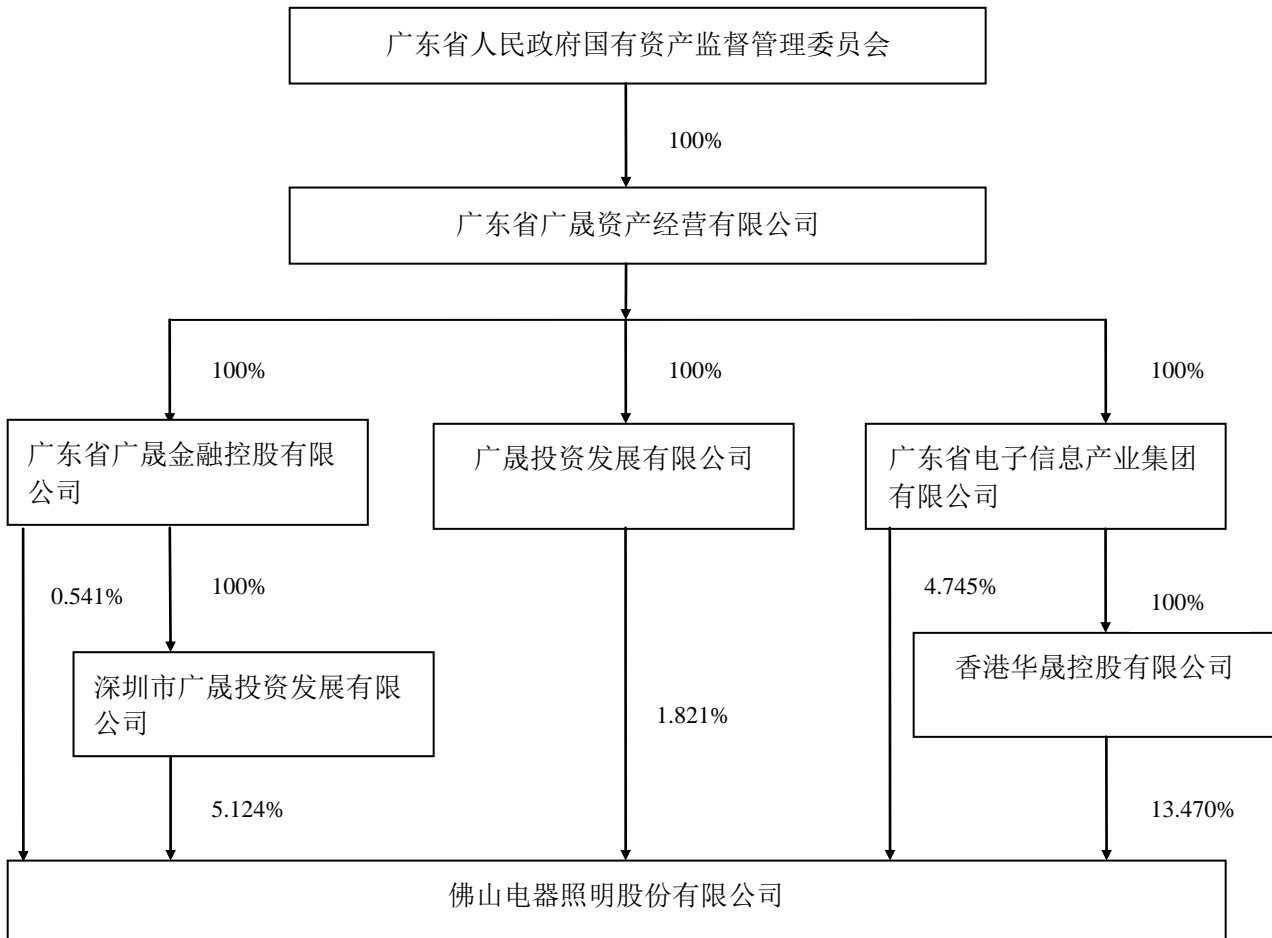
广晟投资发展有限公司	境外法人	1.82%	25,482,252		
DBS VICKERS(HONG KONG) LTD A/C CLIENTS	境外法人	1.57%	22,002,137		
招商证券香港有限公司	境外法人	0.87%	12,160,236		
庄坚毅	境外自然人	0.85%	11,903,509	8,927,632	
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司前 10 名股东中，香港华晟控股有限公司、深圳市广晟投资发展有限公司、广东省电子信息产业集团有限公司及广晟投资发展有限公司均为一致行动人；佑昌灯光器材有限公司与庄坚毅存在关联关系，属于一致行动人。除此之外，未知其他股东之间是否存在关联关系或是否构成《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。				

(2) 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。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、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

（一）总体情况概述

2019年是整个照明行业负重前行的一年。从宏观经济形势看，国内经济增速放缓，房地产调控政策趋紧，社会消费需求增长速度下降，实体经济困难加剧；国外发达国家经济增长动力不足，新兴经济体增长势头回落，中美贸易摩擦升级对出口企业形成负面影响，出口业务面临的压力不断加大。从行业大环境看，一方面近几年LED照明快速发展，LED照明产品渗透率不断提升，市场需求增长放缓；另一方面，近几年各企业产能相继释放，行业竞争激烈，而人工、物流等各项刚性成本上涨，行业面临增收和增利双重压力。面对不利的外部环境，公司继续围绕“技术高精尖化、品牌市场国际化、生产规模化”的战略目标，不断深化技术革新，优化产品结构，推动公司产品向中高端方向发展。同时进行内部架构调整，完善渠道结构，以更好地适应市场的竞争压力。报告期内，公司实现营业收入333,757.67万元，同比下降12.21%；实现归属于上市公司股东的净利润 30,118.29 万元，同比下降20.24%。

（二）2019年主要工作

1、加大科技创新力度，智能产品实现大幅增长

2019年，公司继续完善研发体系和制度，不断引入高端研发人才，持续提高研发投入，加快推进科技创新力度，推动产品从光源向灯具转变，从中端产品向中高端产品转变，从照明单品向照明系统解决方案转变，提升产品的附加值。

积极开展与产业链上中游、高等院校、科技平台企业的产学研和跨界合作，不断推进新技术、新工艺的引进、推广和应用。在智能照明方面，与阿里云、涂鸦签订战略合作协议，与天猫精灵联合研发的“明悦”智能语音床头灯于2020年2月荣获全球顶尖设计大奖“2020年德国iF设计奖”，接入更多国内外具有影响力的主流云平台，包括国内的华为、腾讯、阿里巴巴、百度、京东等平台，国外的Amazon、Google、WIZ及大客户平台，与科技企业开展照明蓝牙模块的合作研究；在健康照明方面，与上游企业开展健康照明产品的合作开发及研究；在工业设计方面，公司申报的“省级工业设计中心”已通过专家评审和公示，并与重点高等院校商议开展工业设计合作。通过各种措施，不断提高公司科技创新水平，丰富和完善智能产品

和升级智能控制技术。

报告期内，公司新申请各项专利131项（其中发明专利 12 项、实用新型 63项、外观设计 52 项、国际PCT4项），新获受专利106项（其中发明专利 9项、实用新型 60 项、外观设计 35项、国外专利2项）。全年智能产品实现销售收入 4403.10万元，同比增长210%。成功承接广州万博中央商务区数码产业总部商业综合楼、广州市旅游商务职业学校、天津滨海新区开发区管委会办公大楼、珠海长隆西环隧道等智能项目。

2、完善营销体系，增强市场竞争力

（1）照明板块

2019年，公司实施事业部制改革，成立了研发中心和三大销售事业部。调整事业部组织架构和人才结构，对事业部的流程和权限进行梳理，以达到提高市场响应速度的目标。同时，完善事业部的薪酬激励体系，激发各级员工的积极性。

国内销售事业部，继续推进营销模式变革，推动经销商由坐商向行商转变，推进渠道下沉和扁平化管理，提高对终端市场的服务能力。积极布局和推动珠三角、长三角、京津冀三大经济发达地区的销售工作，围绕三大经济带分层级展开布局，推动产品向高端方向发展，进一步优化产品结构。深化细分领域布局，重点布局房地产集采项目、教育系统改造项目、市政、轨道交通等领域，全年工程和工矿渠道销售收入同比增长 33.75%。

电商事业部，成功拿下阿里巴巴天猫精灵智能灯泡集采订单以及百度智能灯泡集采订单，与天猫精灵 IOT签订合作备忘录，共同围绕智能家居等IOT场景合作开发智能产品，与华为IOT团队启动照明产品对接华为HILINK生态，与苏宁达成B2B大客户战略合作，为电商业务以后发展打下了坚实的基础。2019年，电商事业部销售收入同比增长29.60%。

出口事业部，为应对中美贸易摩擦，通过深入分析市场客户的特点，加大对大客户的“技术+客服”营销工作，不断提高客户的满意度，提升与大客户的合作深度。大力推广灯具和智能产品，优化产品销售结构。努力挖掘新的优质客户，拓展市场空间。推动电商渠道工作，为海外线上业务打好基础。利用“一带一路”发展契机，大力推广FSL品牌在海外销售，除东南亚、南亚、西亚、南非地区外，FSL品牌成功打开了欧洲市场。

（2）电工板块

加强终端网点布局，提高电工产品的市场覆盖率，协助经销商提高市场服务能力，进一步做好网点的开发和维护工作。改革KA（工程）渠道的运营模式，主攻房地产集采客户、品牌连锁集团客户，2019年成功签约地产集采合作项目6个，家装公司合作项目3个，中标工程项目11个，有效提升了佛照电工在行业内的知名度和品牌影响力。开拓智能家居领域，开发推广智能开关、智能插座、智能门锁等产品，从大众

市场向中高端市场拓展。

（3）车灯板块

紧跟LED汽车照明技术发展趋势，持续加大LED汽车照明研发投入，加强新产品的开发力度，丰富LED汽车照明产品的类别，重点开发LED模组项目。大力开拓市场，2019年承接12个新的LED模组项目，不断提高公司产品的市场份额。同时，组建后端市场推广团队，在全国多地进行终端推广活动，提高产品在终端市场的知名度。2019年，公司LED汽车照明产品销售收入同比增长82%。

3、深化智能制造，提高自动化与信息化结合水平

经过近几年持续的生产自动化改造，公司的生产自动化水平得到了大幅提高。在此基础上，公司继续围绕“自动化、柔性化、规模化”的目标，结合公司生产实际情况，对部分生产线进行自动化提升改造，尝试从前端往后端推进标准化、模块化进程，提升生产自动化的柔性和兼容性，并加强与具备实力的设备供应商沟通与合作，探索联合开发智能化生产设备。同时，公司加快信息化建设水平，在现有的SAP系统、OA系统、HR系统、MES系统基础上，搭建SRM（供应链）系统、WMS（仓储）系统、及PDM（研发）系统，建立企业电子商城平台，促进公司自动化生产线与信息化系统相结合，实现互通集成，打通公司在研发、采购、制造、仓储、销售等各个环节的业务数据链，帮助公司管理者快速了解生产经营状况，更快地根据市场需求调整公司的生产，提高公司整体的响应速度和管理能力，为客户提供更佳交付体验，实现公司与客户的共赢目标。

4、加强精细化管理，推进降本增效

2019年，公司以产品工艺流程改进、原材料和产品质量管控为切入点，推进降本增效。通过加强生产精细化管理、推进生产工艺改善、落实重点费用管控、优化车间考核指标等措施，提高生产效率，降低制造运营成本。加强采购过程管控，通过SRM（供应链）系统，完善供应链管理体系，保障材料供应。密切关注材料市场价格走势，合理安排材料采购计划，进一步实现材料成本控制。严格控制产品质量，为应对新产品、新工艺带来的变化，加强产品质量标准体系培训，进一步加强对原材料采购、生产、质检全流程的质量监控，将质量意识贯彻到产品生产的每一过程，增强产品的实力。

5、加强品牌宣传，铸造品牌升级

2019年，公司继续加强品牌宣传。围绕“专业、健康、时尚、智能”的全新品牌形象，全方位、多渠道进行品牌宣传，并推动“佛山照明”品牌从行业品牌向大众品牌过渡。在传统媒体方面，2019年公司在中央电视台、广州白云机场、上海虹桥机场、上海浦东机场、京广高铁列车投放硬广告，为佛山照明品牌传播与推广带来了新的高度，快速地提高了公司的品牌影响力。在移动新媒体方面，与微信、微博、抖音等平台加大广告投放力度，借助高流量提高公司品牌在年轻群体中的认知度和美誉度，形成全方位、多元化的宣传阵地，大力提升“佛山照明L”品牌知名度和影响力，打造高端的大众品牌形象。在终端形象展示方面，

对专卖店进行形象升级，提升用户体验好感度，迎合更年轻的消费者到店交互体验。通过多举齐下，公司的品牌影响力得到进一步提升。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

适用 不适用

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
LED 照明产品	2,530,826,166.63	554,900,730.07	21.93%	-8.83%	-8.16%	0.16%
传统照明产品	685,726,922.53	188,288,592.76	27.46%	-24.29%	-20.80%	1.21%
电工产品	80,498,200.00	28,264,800.00	35.11%	-16.58%	-12.21%	1.75%
其他业务	40,525,458.50	5,609,572.27	13.84%	70.95%	13.20%	-7.06%

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

适用 不适用

6、面临暂停上市和终止上市情况

适用 不适用

7、涉及财务报告的相关事项

(1) 与上年度财务报告相比，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

会计政策变更的内容及原因	审批程序	受影响的报表项目及影响金额
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）和《关于修订印发合并财务报表格式（2019版）的通知》（财会〔2019〕16号），本公司对财务报表格式进行了相应调整。	经第八届董事会第三十五次会议审议通过	

<p>财政部于2017年颁布了修订后的《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第23号——金融资产转移》、《企业会计准则第24号——套期会计》，以及《企业会计准则第37号——金融工具列报》。本公司自2019年1月1日起施行前述准则，并根据前述准则关于衔接的规定，于2019年1月1日对财务报表进行了相应的调整。</p>	<p>经第八届董事会第三十次会议审议通过</p>	<p>详见年报全文第十二节（五）附注44、重要会计政策和会计估计变更</p>
<p>财政部于2019年5月9日发布了修订后的《企业会计准则第7号——非货币性资产交换》，修订后的准则自2019年6月10日起施行，对于2019年1月1日之前发生的非货币性资产交换，不需要进行追溯调整，对于2019年1月1日至施行日之间发生的非货币性资产交换，要求根据修订后的准则进行调整。</p>	<p>经第八届董事会第三十五次会议审议通过</p>	
<p>财政部于2019年5月16日发布了修订后的《企业会计准则第12号——债务重组》，修订后的准则自2019年6月17日起施行，对于2019年1月1日之前发生的债务重组，不需要进行追溯调整，对于2019年1月1日至施行日之间发生的债务重组，要求根据修订后的准则进行调整。</p>		

（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）与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用 不适用

本公司于2018年9月7日召开第八届董事会第二十六次会议审议通过了注销全资子公司广东佛照融资租赁有限公司（以下简称“佛照租赁公司”）的议案，公司在2019年收到佛山市市场监督管理局核发的《核准注销登记通知书》，佛照租赁公司的注销登记手续已办理完毕。注销完成后，佛照租赁公司不再纳入公司合并财务报表范围。

佛山电器照明股份有限公司

董 事 会

2020年4月8日