

# 广州珠江钢琴集团股份有限公司 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。

董事、监事、高级管理人员异议声明

姓名	职务	内容和原因
----	----	-------

声明

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
-----------	-----------	-----------	--------

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1,358,320,323为基数，向全体股东每10股派发现金红利0.35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	珠江钢琴	股票代码	002678
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	谭婵	李丹娜	
办公地址	广州市增城区永宁街香山大道38号1号楼、厂房（自编号3号楼）	广州市增城区永宁街香山大道38号1号楼、厂房（自编号3号楼）	
电话	020-81514020	020-81514020	
电子信箱	tc@pearlriverpiano.com	ldn@prpiano.cn	

### 2、报告期主要业务或产品简介

报告期间，珠江钢琴主要从事钢琴及数码乐器产品的研发、制造、销售与服务，以及艺术教育、文化传媒等文化相关业务。2019年，珠江钢琴坚持创新发展、培育品牌，坚持以深化企业改革为动力，致力转型升级、融合创新、产业延伸，积极推进国际化运营，推动钢琴产业高端升级，深化智能钢琴和艺术教育领域布局，持续探索制造业+互联网融合发展，推进了以高端乐器制造、音乐教育、文化产业为主发展方向的产业布局。

（一）钢琴业务：近年来，全球钢琴产销量基本稳定在40~50万架左右，中高档钢琴需求呈现增长趋势。技术改造和科

技术创新更加活跃，钢琴产业与音乐教育、技术服务结合更加紧密。中国市场已发展成为全球产销规模领先的钢琴市场，但中国居民钢琴尚处于普及阶段，每百户钢琴保有量远低于日本和欧美水平，未来仍有较大的增长空间。目前，珠江钢琴拥有恺撒堡、珠江、里特米勒、京珠等多个自主钢琴品牌，并与已收购国际著名高端钢琴品牌Schimmel钢琴形成了在高、中、普及各档次均具较强国际竞争力的品牌体系。公司不断深化研究钢琴制造技术工艺，进一步丰富公司产品体系的差异化，形成了结构完整、系列齐全、档次分明、款式多样的产品线，多个产品被科技部列入“国家重点新产品计划”。

公司研发生产钢琴，主要通过经销商销售，建立了研发+生产+销售型的钢琴业务经营模式，建立了遍布全球的营销网络，其中国内形成以省会及地级城市为中心，向周边城市辐射的营销服务网络，全国拥有300多个直接经销商，1000余家销售网点；国际以亚洲、欧美为核心，形成销售服务网点200多个，营销和服务网络覆盖全球一百多个国家和地区，公司的钢琴产品中国市场占有率达42.20%，全球市场占有率达30.15%，产销规模稳居全球前列（数据来源：中国乐器协会）。

未来，公司将以国家文化产业示范基地为平台、以全球规模领先的钢琴制造基地为基础，致力打造全球技术领先的乐器研发中心、具有较大影响力的音乐文化演艺中心、乐器展示中心、音乐鉴赏中心区，成为国内一流、拥有国际视野、集产学研功能的音乐文化基地，充分发挥展示钢琴艺术、表现音乐之美的作用，成为各类音乐文化交流展示的窗口以及高层次的音乐休闲场所，成为广州市的一大亮点，成为全国乃至国际闻名的乐器文化产业园。

（二）数码乐器业务：集团控股子公司艾茉森负责开展数码乐器业务。艾茉森数码乐器实现高新技术乐器+数码乐器音乐教育+互联网的结合，具有专业性、趣味性与家庭欢乐性。2019年艾茉森数码钢琴销量超4万架，继续位居中国数码钢琴企业前列，艾茉森已掌握数码乐器核心技术，报告期内推出多款便携式、家居型、智能型数码钢琴，成功研发出音乐启蒙软件，推出儿童启蒙钢琴教室、儿童启蒙电子鼓教室、家庭学习陪练端APP及成人速成钢琴教室，进一步拓宽延伸了“传统数码乐器+互联网教育”的领域，持续开展品牌音乐会及公益活动，与著名流行钢琴演奏家合作举办多场珠江艾茉森数码钢琴演奏音乐会，提升了艾茉森数码钢琴的品牌影响力和美誉度。

未来，艾茉森将持续提升研发水平和市场美誉度，打造艾茉森品牌成为中国专业数码钢琴的代名词，不断引进关键性人才，运用艾茉森新三板挂牌的资本化优势，努力构建发展态势良好的数码乐器生态圈。

（三）艺术教育业务：集团全资子公司文化教育投资公司负责开展文化教育业务，主要通过产业运营及资本运作方式推进艺术教育产业发展，逐步构建艺术教育课程开发及加盟管理平台、艺术教育直营平台、互联网艺术教育平台，形成从内容、渠道、互联网平台一体化教育体系。目前，艺术教育培训实体店开业运营的包括北京艺术之家、佛山旗舰店、广州旗舰店、广州荔湾区社区店、广州天河区社区店等实体店，主要开展乐器培训、声乐培训、师资培训、培训课程及配套乐器销售、钢琴大赛、大师班活动、钢琴展览活动等文化业务。

未来，文化教育投资公司将建立先进的具备独立知识产权的教学方法和管理模式，构建音乐文化教育特色课程体系，积极推进与艺术教育培训同行的业务合作，致力打造成为全国知名的文化艺术教育品牌。

（四）影视传媒业务：集团控股子公司珠广传媒负责开展影视类业务。2019年，珠广传媒积极推动前期已投资项目，确保投资稳妥回收，并根据行业特点不断健全企业风险防御机制。未来，公司将通过整合大文化产业业内资源优势，深入调研其他文化类项目，培育、挖掘珠广传媒新的经济增长点。

（五）钢琴后服务市场：集团控股子公司琴趣科技负责运作钢琴后服务市场业务，主要通过微信公众号、APP等平台以网约调律服务为基础，以音乐教育移动互联网产品“钢琴云学堂”和“珠江在线乐理课堂”为辅助，深入推进“乐器+教育+服务”新业态的战略布局。2019年琴趣科技持续开展首次免费调律业务，线上线下齐发力，盘活存量客户，增加二次调律，新推出了“琴趣商城”，通过整合琴趣公司现有产品、丰富钢琴周边产品种类，进一步延伸钢琴的后服务业务，提升用户体验。

未来，琴趣科技将不断丰富云服务平台功能、优化平台服务，坚持“专业教学、持续创新”的理念，以“钢琴云学堂”为切入点，深入渗透钢琴教育行业，打造以钢琴云学堂为核心的多个关联产品，进一步延伸钢琴的周边服务，深入推进“乐器+教育+服务”新业态的战略功能，致力于为钢琴教育相关从业人员及广大音乐爱好者打造一个开放式互联网数字化服务平台。

（六）类金融业务：公司主要通过参股公司小额贷款公司、教育基金、传媒基金及国资产业基金开展类金融业务。

### 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	2,053,455,951.75	1,974,560,927.14	4.00%	1,790,200,423.03
归属于上市公司股东的净利润	189,764,277.59	176,252,404.62	7.67%	164,701,254.32
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	155,759,090.01	137,186,320.96	13.54%	139,472,724.90

经营活动产生的现金流量净额	204,033,005.28	123,264,937.76	65.52%	225,436,501.05
基本每股收益（元/股）	0.14	0.13	7.69%	0.13
稀释每股收益（元/股）	0.14	0.13	7.69%	0.13
加权平均净资产收益率	5.70%	5.45%	0.25%	6.90%
	2019 年末	2018 年末	本年末比上年末增减	2017 年末
资产总额	4,470,698,047.10	4,376,451,368.39	2.15%	4,169,525,836.25
归属于上市公司股东的净资产	3,395,664,040.25	3,292,434,010.79	3.14%	3,193,511,835.88

## （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	518,020,680.46	470,819,395.52	610,550,692.98	454,065,182.79
归属于上市公司股东的净利润	55,659,840.43	47,395,574.98	48,737,694.15	37,971,168.03
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	48,224,182.10	43,938,842.26	46,191,532.52	17,404,533.13
经营活动产生的现金流量净额	-116,163,840.13	-39,916,161.98	110,701,088.78	249,411,918.61

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	15,411	年度报告披露日 前一个月末普通 股股东总数	14,601	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	
广州市人民政府国有资产监督管理委员会	国有法人	74.89%	1,017,244,800				
广州新华城市发展产业投资企业（有限合伙）	境内非国有法人	4.67%	63,414,633				
广州国寿城市发展产业投资企业（有限合伙）	境内非国有法人	3.84%	52,105,690				
中央汇金资产管理有限责任公司	国有法人	0.91%	12,328,550				
张理楚	境内自然人	0.47%	6,390,815				
陈梅金	境内自然人	0.35%	4,807,900				
林丹	境内自然人	0.35%	4,753,656				
欧梦婕	境内自然人	0.34%	4,628,018				
陈婷婷	境内自然人	0.33%	4,431,917				
林位纲	境内自然人	0.32%	4,351,142				

上述股东关联关系或一致行动的说明	因广州新华城市发展产业投资企业（有限合伙）、广州国寿城市发展产业投资企业（有限合伙）的实际控制人同为广州市城发投资基金管理有限公司，广州新华城市发展产业投资企业（有限合伙）与广州国寿城市发展产业投资企业（有限合伙）构成一致行动人。 未知上述其他股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》规定的一致行动人。
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	无

## （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

2019年，全球钢琴市场持续低迷，国内钢琴市场竞争更趋白热化。面对复杂的经济市场环境，珠江钢琴坚持落实党的十九大精神 and 以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，按照省委“1+1+9”工作部署，完善广州市“1+1+4”工作举措，聚焦老城市新活力和四个方面出新出彩，大力推进供给侧结构性改革，坚持以深化企业改革为动力，致力转型升级、融合创新、产业延伸，积极推进国际化运营，推动钢琴产业高端升级，深化数码乐器和艺术教育领域布局，持续探索制造业+互联网融合发展，同时不断健全企业风险防控机制，降低经营风险，2019年企业各项经济指标实现平稳增长，报告期内，公司获得工业和信息化部、中国工业经济联合会颁发的“制造业单项冠军示范企业（2020年—2022年）”证书。

#### （一）经营业绩方面

报告期内，公司实现营业收入205,345.60万元，营业收入首次突破20亿大关，同比增长4.00%；归属于上市公司股东的净利润18,976.43万元，同比增长7.67%；基本每股收益0.14元，同比增长7.69%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润15,575.91万元，同比增长13.54%。截至2019年12月31日，公司资产负债结构稳健，资产质量优良。

#### （二）钢琴业务方面

##### 1、推动经营创新，构建国际化产业融合模式

###### （1）推进Schimmel项目，深化国际运营格局

为进一步加强与Schimmel的资源互补，建立资源共享机制，发挥协同效应，提高Schimmel的企业效益，公司投资设立舒密尔中国，更有利于Schimmel品牌在中国地区的运营管理和市场营销。舒密尔中国作为Schimmel品牌中国运营公司，能够加强Schimmel与集团公司的业务融合，加强与德国公司的技术交流，进一步提升公司高端技术产品研发水平；同时有利于对Schimmel的销售实行更加精细化的管理，扩大Schimmel钢琴在中国的销售规模 and 市场份额，提高品牌影响力。2019年Schimmel旗下各系列钢琴产品的销量为8,053台，同比增加382台，其中欧洲原产Schimmel钢琴销量2,030台，子品牌Fridolin的销量为6,023台。

#### (2) 持续创新经营模式，大力推进营销网络扩展

报告期内，公司积极拓展销售渠道，以“调结构，稳增长”为方向，对各市场进行精准定位、开展渠道细分和渠道下沉工作，提升专卖店的覆盖率。同时加强市场管理与监控，持续提升售后服务，进一步增强客户粘性。公司积极发展钢琴+互联网模式，拓展网售渠道，大力支持天猫、淘宝企业店和京东旗舰店的经营，整合优化线上运营、配送、售后资源，积极参加网络营销活动，有效促进了电商产品的销售。2019年公司钢琴总销量实现156,144台，同比增加151台，其中：线上销售钢琴3,807台，同比增长7.45%。

#### 2、推动技术创新，走向高端高质高新

公司大力研发新产品，持续推进自主创新和战略合作双向驱动，通过持续引进国际高端技术人才、强化与科研机构院校的产学研联合攻关、长期与国际顶级同行进行战略合作，提升集团的高端技术产品研发水平。2019年公司研发经费投入9,769.77万元，开展新材料、新工艺的改进试验578项，完成了新款钢琴设计任务32款，完成试验338项，有84项投入实施，46项作为技术储备。报告期内，公司《高档钢琴弗里多林·舒密尔钢琴的研发》项目荣获广东省轻工业联合会科学技术进步奖二等奖，《恺撒堡KH系列钢琴的设计与研发》项目荣获中国轻工业联合会科学技术进步奖三等奖。目前集团已拥有技术专利166项，其中发明专利42项；拥有国家级企业技术中心1个，省级工程研发中心1个，博士后工作站1个。

#### 3、推进全球品牌活动开展，打造国际乐器文化名牌

(1) 支持各类文化盛事，提升国际影响力。集团产品在多个国际、国家重要文化活动中亮相，如2019年央视春晚深圳分会场、中意中希友好交流故事会、“我和我的祖国——广州庆祝中华人民共和国成立70周年文艺晚会”、天安门广场庆祝新中国成立七十周年国庆联欢晚会等活动，提升了公司品牌的国内外影响力，以高端高质的产品品质树立了珠江钢琴国际乐器文化品牌形象，提升了品牌的知名度美誉度。

(2) 举办多项音乐活动，深化文化品牌形象。报告期内，公司成功主办由中国音乐艺术教育发展论坛、2019年“珠江·恺撒堡”国际青少年钢琴大赛、2019年“珠江·恺撒堡杯”全国老年大学钢琴邀请赛、“遇见弗拉基米尔·维阿杜”钢琴音乐会等系列活动组成的2019年“花城音乐节”，不遗余力地推动音乐文化事业发展和中国音乐艺术教育事业；继续开展“恺撒堡奖学金”、“里特勒奖学金”、“大师班”等活动，在培育行业人才、提高国民艺术文化素养的同时，深化品牌音乐文化底蕴，营造社会音乐文化氛围，促进我国音乐文化事业蓬勃发展。

(3) 推进品牌公益活动，引导正面舆论宣传。珠江钢琴通过举办仲夏梦之夜音乐会、庆祝中法建交55周年“恺撒堡之约·漫游法兰西音乐会”、恺撒堡之夜“琴笛和鸣”音乐会、“珠江情·中国红”合唱音乐会等多场公益惠民演出，为广州市及周边城市人民群众打造惠民系列音乐活动，丰富人民的精神文化生活；携手法籍华人钢琴教育家周勤龄教授，支持多场慈善音乐会，以慈善和音乐作为桥梁，推动特殊儿童艺术教育和公益教育的发展；通过开展珠江·恺撒堡院校奖学金、“大专院校服务年”等活动，目前恺撒堡奖学金签约高校已达60家，通过品牌公益活动增强企业与专业院校、经销商和市场的沟通联系，深入宣传企业品牌及产品；围绕珠江钢琴工匠精神、“中国红70周年纪念版三角钢琴”、“讲好珠江钢琴品牌故事”、“珠江钢琴发展历程”、“珠江钢琴2019花城音乐节系列活动”等重要主题，接待了新华社、人民网、广州日报等国际化媒体的参观采访，增加了企业正面曝光率和美誉度，树立了良好的企业形象。

#### 4、增城基地项目顺利实施，展示企业新形象新风采

增城基地项目已基本完成建设，2019年3月底，位于基地的艺术馆和恺撒堡音乐厅建成并正式开放使用，通过以多媒体展示音乐的发展史、钢琴的制作过程、产品结构等内容，馆内还具备科普教育、品牌展示、产品体验等多项功能，开馆至今纳客3500余人次，广泛服务于社会各界团体、大中小学生及来自全球海外专家学者等。

#### (三) 数码乐器业务方面

2019年，艾茉森数码钢琴销量42,736台，同比增长4.86%，继续位居中国数码钢琴企业前列。艾茉森自主研发的多款新产品市场反馈较好，在上海国际乐器展上大放异彩，如先进精巧的K3带卡拉OK数码钢琴、样式外观时尚的智能家居型数码钢琴S3、智能型立式数码钢琴GE-90，均受到国内外客户的一致好评。报告期内，艾茉森成功研发出音乐启蒙软件，推出儿童启蒙钢琴教室、儿童启蒙电子鼓教室、家庭学习陪练端APP及成人速成钢琴教室，进一步拓宽延伸了“传统数码乐器+互联网教育”领域。

#### (四) 音乐文化业务方面

##### 1、积极发展文化艺术教育业务，有效提升艺术教育品牌形象

文化教育投资公司统筹管理集团艺术教育资源，2019年，深入研发艺术教育课程内容，进一步优化组织管理架构，持续完善绩效考核体系、督导体系、培训体系、经营管理体系、线上教学等多方面体系。通过不断丰富教学产品内容、提高服务质量，使艺术教育课程产品不断升级，硬件服务方面不断优化，进一步提高客户满意度，有效提升了艺术教育品牌的知名度。截至2019年底，文化教育投资公司参股公司珠江埃诺开发的珠江钢琴艺术教育加盟商达692家，其中艺术教室377家，课程系列合作伙伴315家，覆盖30个省份。文化教育业务持续扩大，成为服务高端文化艺术活动、展示品牌文化艺术形象的良好窗口。

2、推进孵化园项目。集团全资子公司文化园区负责孵化园项目筹备及运营管理工作，自孵化园项目启动起来，文化园区精心谋划，在项目报建、园区改造设计、施工、废旧设施清拆等方面做了大量前期调研、沟通协调工作，确保项目有序推进。

进。在项目推进的同时，文化园区围绕项目功能板块积极开展招商推广工作，分析业态布局，提出招租策略。通过加强与政府沟通联系，积极参与推广活动，开展外事活动，拓宽宣传推广渠道，接待来访客商，考察招商对象，提升了园区知名度和品牌形象，为各功能板块招商做好资源储备。报告期内，根据孵化园项目建设进展情况，文化园区已经开展部分物业对外招租工作。

#### （五）钢琴后服务市场方面

报告期内，琴趣公司推进首次免费调律业务并进行不同形式的宣导工作；增设了二次调律服务项目，以实体卡及电子卡密两种形式同时在线上线下进行销售，满足广大钢琴用户的钢琴调律需求；推出“琴趣商城”作为辅助，进行微信营销探索，整合琴趣公司现有产品，进一步延伸钢琴的周边服务。2020年1月琴趣公司紧跟时代发展，满足用户消费习惯，进驻天猫平台，持续开拓线上市场，树立企业品牌形象，建设集“销售、服务、资讯”一体化的电子商务平台。珠江钢琴艺术中心管理系统与钢琴云学堂app通过扫码签到与课程与学费查询等功能进行联动，实现线下与线上互动。

#### （六）内部管理方面

1、大力弘扬工匠精神。开展了创新活动试点工作，活动以技术革新、提升质量、提高效率、降低成本、节能降耗、消除安全隐患为核心，积极推进工艺优化、产品优化、材料优化、设备优化、管理优化。创新活动的形式包括：合理化建议、创新提案、QC活动。2019年公司共收集员工合理化建议483项，活动的开展涌现出丰富的创新成果，促进了公司经营管理水平的有效提升。公司积极参与省、市、国家级的QC发布活动，参加广东省、广州市及全国轻工联合会组织的优秀QC小组成果暨质量信得过班组发布交流会，取得了优异成绩，2019年获得全国质量信得过班组1个、全国轻工优秀QC小组3个、广东省、广州市优秀QC小组各2个，在各个会场充分展示了珠江钢琴人的风采。

2、外引内培，优化人才团队建设。继续开展校企合作，积极引入和培养高层次人才，持续提升集团人才梯队的文化水平、学历层次、能力水平。与中央音乐学院鼓浪屿钢琴学校、广州华商职业学院、广东华商技工学校、中山大学工学院、南京师范大学签订校企合作协议，共同建设校企合作教学基地，定向培养能适合企业发展所需的专业型钢琴制造及调律人才，增加公司人才储备资源。

3、优化机制，实现员工企业共同成长。进一步优化薪酬机制，制定《公司薪酬调整方案》，不断完善员工的考核激励机制，促进企业与员工同进退、共成长。

4、强化管理，提升集团整体管控能力。2019年公司提出以“提质、增效、降耗”为抓手，做精做细内部管理的工作要求。集团下属各企业制定“提质增效降耗”计划开展降本增效工作，有效减少物资损耗和浪费，并鼓励员工为公司“提质增效降耗”工作出谋划策。

## 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
钢琴及配件	1,971,626,658.55	1,366,289,174.07	30.70%	3.71%	4.88%	-0.78%

## 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

#### (一) 重要会计政策变更

1、执行《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》和《关于修订印发合并财务报表格式（2019版）的通知》财政部分别于2019年4月30日和2019年9月19日发布了《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），对一般企业财务报表格式进行了修订。本公司执行上述规定的主要影响如下：

会计政策变更的内容和原因	审批程序	首次执行日受影响的报表项目名称和金额	
		合并	母公司
(1) 资产负债表中“应收票据及应收账款”拆分为“应收票据”和“应收账款”列示；“应付票据及应付账款”拆分为“应付票据”和“应付账款”列示；比较数据相应调整。	第三届董事会第十二次会议	“应收票据及应收账款”拆分为“应收票据”和“应收账款”，“应收票据”上年年末余额0.00元；“应收账款”上年年末余额85,695,551.34元； “应付票据及应付账款”拆分为“应付票据”和“应付账款”，“应付票据”上年年末余额0.00元；“应付账款”上年年末余额193,410,279.56元。	“应收票据及应收账款”拆分为“应收票据”和“应收账款”，“应收票据”上年年末余额0.00元；“应收账款”上年年末余额17,246,224.37元； “应付票据及应付账款”拆分为“应付票据”和“应付账款”，“应付票据”上年年末余额0.00元；“应付账款”上年年末余额184,268,611.41元。

2、执行《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》和《企业会计准则第37号——金融工具列报》（2017年修订）

财政部于2017年度修订了《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》和《企业会计准则第37号——金融工具列报》。修订后的准则规定，对于首次执行日尚未终止确认的金融工具，之前的确认和计量与修订后的准则要求不一致的，应当追溯调整。涉及前期比较财务报表数据与修订后的准则要求不一致的，无需调整。本公司将因追溯调整产生的累积影响数调整当年年初留存收益和其他综合收益。

以按照财会〔2019〕6号和财会〔2019〕16号的规定调整后的上年年末余额为基础，执行上述新金融工具准则的主要影响如下：

会计政策变更的内容和原因	审批程序	首次执行日受影响的报表项目名称和金额	
		合并	母公司
(1) 可供出售金融资产重分类为“以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产”。	第三届董事会第九次会议	其他流动资产：减少727,000,000.00元； 交易性金融资产：增加730,162,799.08元； 可供出售金融资产：减少198,362,799.08元； 其他非流动金融资产：增加195,200,000.00元； 其他综合收益：减少2,185,622.50元； 盈余公积：增加218,562.25元； 未分配利润：增加1,967,060.25元。	其他流动资产：减少350,000,000.00元； 交易性金融资产：增加353,162,799.08元； 可供出售金融资产：减少191,162,799.08元； 其他非流动金融资产：增加188,000,000.00元； 其他综合收益：减少2,185,622.50元； 盈余公积：增加218,562.25元； 未分配利润：增加1,967,060.25元。
(2) 将基于实际利率法计提的应付利息重分类至短期借款和一年内到期的非流动负债。		短期借款：增加20,449.23元； 一年内到期的非流动负债：增加86,625.00元； 其他应付款：减少107,074.23元。	短期借款：增加20,449.23元； 一年内到期的非流动负债：增加86,625.00元； 其他应付款：减少107,074.23元。

以按照财会〔2019〕6号和财会〔2019〕16号的规定调整后的上年年末余额为基础，各项金融资产和金融负债按照修订前后金融工具确认计量准则的规定进行分类和计量结果对比如下：

#### 合并

原金融工具准则			新金融工具准则		
列报项目	计量类别	账面价值	列报项目	计量类别	账面价值
货币资金	摊余成本	693,442,630.79	货币资金	摊余成本	693,442,630.79
应收账款	摊余成本	85,695,551.34	应收账款	摊余成本	85,695,551.34
其他应收款	摊余成本	6,519,936.51	其他应收款	摊余成本	6,519,936.51
其他流动资产-理财产品	以公允价值计量且其变动计入当期损益	727,000,000.00	交易性金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益	730,162,799.08
可供出售金融资产	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	3,162,799.08			

	成本计量（权益工具投资）	195,200,000.00	其他非流动金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益	195,200,000.00
短期借款	摊余成本	259,625,700.00	短期借款	摊余成本	259,646,149.23
其他应付款	摊余成本	246,725,530.35	其他应付款	摊余成本	246,618,456.12
一年内到期的非流动负债	摊余成本	70,000,000.00	一年内到期的非流动负债	摊余成本	70,086,625.00
其他流动负债	摊余成本	39,543,748.47	其他流动负债	摊余成本	39,543,748.47

### 母公司

原金融工具准则			新金融工具准则		
列报项目	计量类别	账面价值	列报项目	计量类别	账面价值
货币资金	摊余成本	312,502,891.95	货币资金	摊余成本	312,502,891.95
应收账款	摊余成本	17,246,224.37	应收账款	摊余成本	17,246,224.37
其他应收款	摊余成本	32,664,672.18	其他应收款	摊余成本	32,664,672.18
其他流动资产-理财产品	以公允价值计量且其变动计入当期损益	350,000,000.00	交易性金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益	353,162,799.08
可供出售金融资产	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	3,162,799.08			
	成本计量（权益工具投资）	188,000,000.00	其他非流动金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益	188,000,000.00
短期借款	摊余成本	14,000,000.00	短期借款	摊余成本	14,020,449.23
其他应付款	摊余成本	92,942,873.25	其他应付款	摊余成本	92,835,799.02
一年内到期的非流动负债	摊余成本	70,000,000.00	一年内到期的非流动负债	摊余成本	70,086,625.00
其他流动负债	摊余成本	39,543,748.47	其他流动负债	摊余成本	39,543,748.47

### （二）重要会计估计变更

本报告期公司重要会计估计未发生变更。

### （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

公司报告期无合并报表范围发生变化的情况。

广州珠江钢琴集团股份有限公司  
 法定代表人：李建宁  
 2020年4月16日