(上接 D58 版)

3)其他应收款

报告期各期末,公司其他应收款按账龄组合计提坏账准备的情况如下:

单位:万元

日期	账龄	账面原值	比例	坏账准备	账面价值
2018-12-31	1 年以内(含 1 年)	5,760.35	74.60%	288.02	5,472.33
	1-2 年(含 2 年)	778.25	10.08%	155.65	622.60
	2-3 年(含 3 年)	589.47	7.63%	294.74	294.74
	3-4 年(含 4 年)	207.49	2.69%	165.99	41.50
	4 年以上	385.92	5.00%	385.92	-
	合计	7,721.48	100.00%	1,290.32	6,431.17
2017-12-31	1 年以内(含 1 年)	1,862.74	49.09%	93.14	1,769.60
	1-2 年(含 2 年)	1,167.46	30.77%	233.49	933.96
	2-3 年(含 3 年)	364.83	9.62%	182.42	182.42
	3-4 年(含 4 年)	228.19	6.01%	182.55	45.64
	4 年以上	171.04	4.51%	171.04	-
	合计	3,794.25	100.00%	862.64	2,931.62
2016-12-31	1 年以内(含 1 年)	2,919.55	73.43%	145.51	2,774.04
	1-2 年(含 2 年)	547.56	13.77%	109.51	438.05
	2-3 年(含 3 年)	335.28	8.43%	167.64	167.64
	3-4 年(含 4 年)	130.04	3.27%	104.03	26.01
	4 年以上	43.60	1.10%	43.60	-
	合计	3,976.03	100.00%	570.29	3,405.74

公司的其他应收款主要是向大宗业务客户支付的工程保证金、员工备用金和押金。2016 年末、2017 年末和 2018 年末,其他应收款账面价值分别为 3,405.74 万元、2,931.62 万元和 6,431.17 万元,占流动资产的比例分别为 1.55%、0.61%和 1.51%,占比较低。

(4)预付款项

预付款项主要为预付的进口报关费用、广告费、向原材料供应商采购的部分货款以及其他预付款项。报告期各期末,按账龄列示预付款项如下:

单位:万元

账龄	2018-12-31		2017-12-31		2016-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内(含 1 年)	8,373.55	95.63%	6,771.66	90.66%	7,403.78	95.86%
1 至 2 年(含 2 年)	217.05	2.48%	487.34	6.52%	146.28	1.89%
2 至 3 年(含 3 年)	113.31	1.29%	51.13	0.68%	4.80	0.06%
3 年以上	52.04	0.59%	159.37	2.14%	168.94	2.19%
合计	8,755.95	100.00%	7,469.50	100.00%	7,723.80	100.00%

2016 年末,公司预付款项余额较 2015 年末增加 3,082.81 万元,增幅为 66.43%,主要原因系随着公司产能扩大,公司原材料采购需求有所增加,导致预先支付的部分采购货款相应增加。

2017 年末,公司预付款项余额较 2016 年末减少 254.30 万元,降幅为 3.29%,主要原因系:公司结合未来市场需求情况及原材料价格波动趋势,主动调整供应商结构,增加向国内供应商采购板材的数量,同时调整采购结算方式,预付进口报关费用和预付采购款相应减少。

2018 年末,公司预付款项余额较 2017 年末增加 1,286.45 万元,增幅为 17.22%,主要原因系:随着业务的持续发展,公司不断加强营销宣传力度,强化公司的品牌形象,预付的广告费用有所增加。

(5)存货

报告期内,公司各期末存货具体构成如下:

单位:万元

类别	2018-12-31		2017-12-31		2016-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
原材料	47,143.70	73.06%	52,934.79	67.30%	48,873.94	64.57%
产成品	7,994.77	12.39%	17,559.45	22.32%	19,456.71	25.70%
在产品	9,390.89	14.55%	8,166.42	10.38%	7,363.57	9.73%
合计	64,529.36	100.00%	78,660.66	100.00%	75,694.22	100.00%

2016 年末、2017 年末和 2018 年末,公司存货账面价值分别为 75,694.22 万元、78,660.66 万元和 64,529.36 万元。

2017 年末,公司存货账面价值较上年末增加 2,966.44 万元,增幅为 3.92%。公司继续采取“以销定产”模式,根据销售订单合理安排生产计划,库存水平得到进一步优化;同时,公司持续推进全业务链的信息化建设,构建从营销端到设计、制造以及物流一体化的信息系统,订单的生产效率和发货速度进一步提高。因此,2017 年产成品期末余额小幅下降,但随着公司经营规模的扩张及原材料价格的上涨,期末原材料及在产品的库存金额有所上升,总体来看,存货账面价值较 2016 年末小幅增长。

2018 年末,公司存货账面价值较上年末减少 14,131.30 万元,降幅为 17.96%,主要原因系公司信息化建设效果逐渐显现,库存周转速度和物流配送效率均有所提高。

2016 年末、2017 年末和 2018 年末,公司原材料占存货账面价值的比例分别为 64.57%、67.30%和 73.06%,占比较高,主要原因系为保障日常生产用料需求,公司一般提前采购原材料,并保留一定的安全库存以避免因集中紧急采购引致成本增加或出现原材料供应缺口而影响生产的情形,使得期末原材料库存金额较大。

(6)其他流动资产

2016 年末,公司其他流动资产为 4,857.15 万元,主要系待认证尚未抵扣的增值税进项税额,占流动资产的比例为 2.21%,占比较低。

2017 年末和 2018 年末,公司其他流动资产分别为 48,115.81 万元和 56,985.73 万元,占流动资产的比例分别为 10.01%和 13.40%,主要系公司为提高资金的使用效率购买理财产品所致。2017 年末和 2018 年末,公司购买理财产品的余额分别为 35,500.00 万元和 37,000.00 万元,均为购买的期限较短的保本型理财产品。

2、非流动资产主要项目分析

单位:万元

项目	2018-12-31		2017-12-31		2016-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
可供出售金融资产	8,588.24	1.25%	1,601.50	0.33%	101.50	0.03%
固定资产	345,754.07	50.35%	248,836.38	51.16%	154,291.38	46.06%
在建工程	188,790.21	27.49%	90,889.73	18.69%	57,009.14	17.02%
无形资产	109,222.90	15.91%	103,455.40	21.27%	102,472.58	30.59%
长期待摊费用	1,066.07	0.16%	1,754.26	0.36%	339.18	0.10%
递延所得税资产	6,673.76	0.97%	6,335.97	1.30%	3,266.94	0.98%
其他非流动资产	26,599.45	3.87%	33,554.19	6.90%	17,470.86	5.22%
非流动资产	686,694.70	100.00%	486,427.44	100.00%	334,951.59	100.00%

(1)可供出售金融资产

2016 年末,公司可供出售金融资产系对广州农村商业银行股份有限公司的投资。2009 年,公司以自有资金 101.50 万元投资广州农村商业银行股份有限公司,取得其 0.01%的股份。报告期内,公司仅按照出资比例获得广州农村商业银行股份有限公司的现金分红,原始投资成本未发生变化。

2017 年末,公司可供出售金融资产较 2016 年末增加 1,500.00 万元,系公司对麒盛科技股份有限公司(以下简称“麒盛科技”)的投资,公司以自有资金 1,500.00 万元取得其 0.89%的股份。麒盛科技的主营业务为智能卧室家具产品的研发、生产和销售。目前,公司正大力发展大家居业务,旨在通过以整体厨柜、整体衣柜等定制家居产品为入口,以设计为向导,带动床垫、沙发、墙饰等软装产品矩阵的销售。基于拓展大家居业务的战略目标,公司对麒盛科技进行股权投资,以期在床垫等软装业务领域开拓新的市场空间,通过与麒盛科技深化合作,实现优势互补。本次投资有利于完善公司的产业链布局和巩固行业地位,在业务上发挥战略协同效应。

2018 年末,公司可供出售金融资产较 2017 年末增加 6,986.74 万元,主要系对天海欧康科技信息(厦门)有限公司(以下简称“天海欧康”)、哈尔滨森鹰窗业股份有限公司(以下简称“森鹰窗业”)、北京居然之家联合投资管理中心(有限合伙)和中居和家(北京)投资基金管理有限公司的投资。其中,公司以自有资金 2,500.00 万元取得天海欧康 2.16%的股份,天海欧康主要从事智能供应链相关的咨询规划、系统集成与物流技术装备产品制造及软件系统研发。当前,公司已建立柔性化的定制生产线,由于柔性化生产过程对传输系统、物流系统、仓储系统、信息系统等的要求较高,近年来公司不断在信息化建设方面加大投入。本次投资将加强公司与天海欧康的战略合作,天海欧康在传输系统、物流系统方面的专业能力及经验积累可为公司的柔性化生产提供更有力的保障,有助于公司优化供应链管理体系。公司以自有资金 2,251.74 万元取得森鹰窗业 2.11%的股份,森鹰窗业主要从事铝包木窗的研发、设计、生产和销售。公司参股森鹰窗业,有利于双方在产品品类拓展、行业经验交流等方面开展合作,推进“大家居”战略发展。

此外,公司全资子公司梅州欧派于 2018 年 9 月收购梅州柘岭 100%股权,梅州柘岭的对外投资包括持有家居产业基金 10%基金份额及中居和家 10%股份,实缴出资额分别为 2,035 万元和 200 万元。

(2)固定资产

1)报告期内固定资产的明细情况

2018 年末,公司固定资产原值为 436,635.00 万元,账面价值为 345,754.07 万元,平均成新率为 79.19%。固定资产主要为房屋建筑物和机器设备等经营所必备的资产,各类固定资产维护和运行状况良好。

报告期内,期末固定资产具体构成如下:

单位:万元

项目	2018-12-31		2017-12-31		2016-12-31	
	账面价值	比例	账面价值	比例	账面价值	比例
房屋及建筑物	171,911.83	49.72%	131,620.61	52.89%	74,105.05	48.03%
机器设备	157,918.17	45.67%	103,971.48	41.78%	72,778.53	47.17%
运输工具	1,289.08	0.37%	1,401.02	0.56%	1,092.30	0.71%
其他设备	14,634.99	4.23%	11,843.27	4.76%	6,315.50	4.09%
合计	345,754.07	100.00%	248,836.38	100.00%	154,291.38	100.00%

2)报告期内固定资产变动情况分析

报告期内,固定资产账面原值变动情况如下:

单位:万元

项目	2018-12-31	2017-12-31	2016-12-31
房屋及建筑物	199,218.14	149,982.88	87,107.16
机器设备	208,206.53	138,659.57	98,262.88
运输工具	3,538.46	3,476.95	2,899.13
其他设备	25,671.86	19,212.67	11,680.32
合计	436,635.00	311,332.08	199,949.49

报告期内,公司固定资产的规模不断扩大。2016 年至 2018 年,固定资产各期末账面原值复合增长率为 47.77%。

2017 年末和 2018 年末,公司固定资产账面原值大幅增长,较上年末分别增加 111,382.59 万元和 125,302.92 万元,主要原因系在建工程转固以及购置生产用机器设备所致。其中,2017 年度,公司在建工程转入固定资产合计 92,798.48 万元,购置机器设备合计 11,328.33 万元;2018 年度,公司在建工程转入固定资产合计 113,123.09 万元,购置机器设备合计 13,419.26 万元。

(3)在建工程

2016 年末、2017 年末和 2018 年末,公司在建工程的账面价值分别为 57,009.14 万元、90,889.73 万元和 188,790.21 万元,公司在建工程逐年增长,主要原因系:为了进一步满足持续增长的市场需求,公司亟需提升产能,因此,公司对各生产基地进行扩建,并对原有生产线进行升级改造,在建工程账面价值在报告期内呈上升趋势。

(4)无形资产

报告期内,公司的无形资产主要为土地使用权和软件。2016 年末、2017 年末和 2018 年末,公司无形资产的账面价值分别为 102,472.58 万元、103,455.40 万元和 109,222.90 万元,占非流动资产的比例分别为 30.59%、21.27%和 15.91%。2017 年末和 2018 年末,随着固定资产、在建工程的规模进一步扩大,无形资产占非流动资产的比例有所降低。

(5)长期待摊费用

报告期内,公司长期待摊费用主要由广告费和装修费组成。2016 年末、2017 年末和 2018 年末,公司长期待摊费用分别为 339.18 万元、1,754.26 万元和 1,066.07 万元,占非流动资产的比例分别为 0.10%、0.36%和 0.16%,占比较低。

(6)递延所得税资产

报告期各期末,公司递延所得税资产形成的原因及金额如下:

单位:万元

项目	2018-12-31		2017-12-31		2016-12-31	
	暂时性差异	递延所得税资产	暂时性差异	递延所得税资产	暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	5,612.16	862.31	3,580.05	563.26	2,525.22	396.37
可抵扣亏损	2,834.22	708.56	7,683.74	1,920.94	8,018.70	1,986.09
递延收益	23,111.78	4,346.56	10,832.25	1,867.97	5,896.54	884.48
股权激励费用	4,600.61	756.33	11,956.77	1,983.81	-	-
合计	36,158.76	6,673.76	34,052.81	6,335.97	16,440.46	3,266.94

2016 年末,公司递延所得税资产主要来源于资产减值准备、下属子公司可抵扣以前年度亏损、递延收益等由会计处理与税收政策的差异而产生的可抵扣暂时性差异。2017 年末和 2018 年末,公司递延所得税资产的增加主要来自因实施限制性股票激励计划而需摊销的股权激励费用带来的可抵扣暂时性差异。

(7)其他非流动资产

2016 年末、2017 年末和 2018 年末,公司其他非流动资产账面价值分别为 17,470.86 万元、33,554.19 万元和 26,599.45 万元,主要系预付设备及工程款。

2017 年末,其他非流动资产较 2016 年末增加 16,083.33 万元,主要原因系:1)因购买首次公开发行募投项目建设所需生产设备,预付设备采购款大幅增加;2)随着公司新建厂房的增加,预付工程款相应增加。

2018 年末,其他非流动资产较 2017 年末减少 6,954.74 万元,主要原因系:随着首次公开发行募集资金投资项目的陆续完工,公司预备设备款及工程款有所减少。

(二)负债情况

报告期各期末,公司负债构成情况如下:

单位:万元

项目	2018-12-31		2017-12-31		2016-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债	318,804.89	89.56%	330,013.06	95.81%	253,663.74	95.16%
非流动负债	37,150.53	10.44%	14,421.37	4.19%	12,893.30	4.84%
负债合计	355,955.42	100.00%	344,434.43	100.00%	266,557.05	100.00%

报告期内,公司负债规模总体呈上升趋势。2016 年末、2017 年末和 2018 年末,公司负债总额分别为 266,557.05 万元、344,434.43 万元和 355,955.42 万元,2016 年至 2018 年的复合增长率为 15.56%。

公司负债以流动负债为主,主要来自于生产经营过程中产生的应付票据、应付账款、预收款项和应付职工薪酬等经营性流动负债。2016 年末、2017 年末和 2018 年末,公司流动负债分别为 253,663.74 万元、330,013.06 万元和 318,804.89 万元,占总负债的比例分别为 95.16%、95.81%和 89.56%。

1、流动负债主要项目分析

单位:万元

项目	2018-12-31		2017-12-31		2016-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
短期借款	1,224.57	0.38%	10,000.00	3.03%	10,344.35	4.08%
应付票据	18,884.24	5.92%	20,154.67	6.11%	21,637.72	8.53%
应付账款	63,543.43	19.93%	53,509.72	16.21%	47,254.89	18.63%
预收款项	127,675.20	40.05%	138,100.13	41.85%	107,979.38	42.57%
应付职工薪酬	33,134.81	10.39%	26,724.31	8.10%	26,479.04	10.44%
应交税费	18,739.15	5.88%	18,754.22	5.68%	13,491.67	5.32%
其他应付款	55,603.50	17.44%	62,770.01	19.02%	26,476.71	10.44%
流动负债合计	318,804.89	100.00%	330,013.06	100.00%	253,663.74	100.00%

(1)短期借款

2016 年末、2017 年末和 2018 年末,公司短期借款金额分别为 10,344.35 万元、10,000.00 万元和 1,224.57 万元,占流动负债的比例分别为 4.08%、3.03%和 0.38%。短期借款为公司或子公司向商业银行等金融机构借入的抵押借款、质押借款或担保借款;公司定期根据对营运资金的需求和资金存量对短期借款规模进行调整。其中,2017 年末和 2018 年末,公司短期借款金额较上年末分别减少 344.35 万元和 8,775.43 万元,降幅为 3.33%和 87.75%,主要原因系随着业务规模和盈利能力的提升,公司营运资金增加,公司根据不同时期的资金预算和融资成本调整借款计划,偿还部分短期借款。

(2)应付票据

单位:万元

项目	2018-12-31		2017-12-31		2016-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
银行承兑汇票	16,755.35	88.73%	16,121.77	79.99%	18,989.37	87.76%
远期信用证	2,128.89	11.27%	4,032.89	20.01%	2,648.35	12.24%
合计	18,884.24	100.00%	20,154.67	100.00%	21,637.72	100.00%

2016 年末、2017 年末和 2018 年末,公司应付票据金额分别为 21,637.72 万元、20,154.67 万元和 18,884.24 万元,占流动负债的比例分别为 8.53%、6.11%和 5.92%。公司应付票据以银行承兑汇票为主,占比超过 70%。2017 年末,公司应付银行承兑汇票余额较 2016 年末减少 2,867.60 万元,主要原因系:2017 年,公司更多采用电汇或银行转账的结算方式,导致银行承兑汇票结算的金额有所下降。2018 年末,应付银行承兑汇票余额较上年末保持基本稳定。

2016 年末、2017 年末和 2018 年末,公司远期信用证余额分别为 2,648.35 万元、4,032.89 万元和 2,128.89 万元,主要用于支付进口原材料及进口生产设备的采购款。

(3)应付账款

随着业务规模的扩大,报告期各期末,公司应付账款账面余额呈增长趋势。2017 年末和 2018 年末,公司应付账款较上年末分别增加 6,254.83 万元和 10,033.71 万元,增幅分别为 16.95%和 18.75%,主要原因系随着公司业务规模不断扩大,期末信用期内未结算货款有所增长。截至 2018 年末,应付账款期末余额中无账龄超过 1 年的大额应付款项。

(4)预收款项

2017 年末,公司的预收款项余额较上年末增加 30,120.75 万元,增幅为 27.89%。预收款项增幅较大的主要原因系:随着公司业务规模不断扩大,经销商的订单量持续增加,公司“先款后货”的结算方式导致预收款项期末余额快速提升。

2018 年末,公司的预收款项余额较上年末减少 10,424.93 万元,降幅为 7.55%,主要原因系:2018 年,公司对于经销商的结算政策略有放宽,对于新加盟的经销商根据其经营规模、资金实力以及信誉水平给予适当的授信额度,因此经销商预付货款的金额有所减少。

(5)应付职工薪酬

公司应付职工薪酬余额主要为年末尚未实际发放给员工的工资、奖金、津贴和补贴。2016 年末、2017 年末和 2018 年末,公司应付职工薪酬金额分别为 26,479.04 万元、26,724.31 万元和 33,134.81 万元,占流动负债总额的比例分别为 10.44%、8.10%和 10.39%。2017 年末和 2018 年末,公司应付职工薪酬金额较上年末分别增加 245.27 万元和 6,410.50 万元,增幅分别为 0.93%和 23.99%,主要原因系:随着公司经营规模的扩张,公司员工人数逐渐增加,应付员工的工资和奖金相应增加。

(6)应交税费

公司应交税费主要由企业所得税和增值税构成。2016 年末、2017 年末和 2018 年末,公司应交税费余额分别为 13,491.67 万元、18,754.22 万元和 18,739.15 万元,占流动负债的比例分别为 5.32%、5.68%和 5.88%,占比保持基本稳定。报告期各期末,公司应交税费明细如下:

单位:万元

税费项目	2018-12-31	2017-12-31	2016-12-31
增值税	5,557.45	4,131.56	4,150.55
企业所得税	10,503.06	12,429.29	7,722.31
城市维护建设税	475.28	333.48	324.82
教育费附加	340.08	238.51	232.14
个人所得税	519.13	799.85	563.09
其他	1,344.15	821.54	498.76
合计	18,739.15	18,754.22	13,491.67

(7)其他应付款

公司的其他应付款主要包括限制性股票回购义务、经销商大宗业务保证金、经销商履约金和供应商质保金等。2017 年末,公司其他应付款金额较 2016 年末增加 36,293.30 万元,增幅为 137.08%,主要系公司于 2017 年实施限制性股票激励计划,根据相关会计准则就限制性股票回购义务确认负债所致。2018 年末,公司其他应付款金额较 2017 年末减少 7,166.51 万元,降幅为 11.42%,主要系限制性股票满足第一期解锁条件使得限制性股票回购义务减少所致。

2、非流动负债主要项目分析

单位:万元

项目	2018-12-31		2017-12-31		2016-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
长期借款	14,038.75	37.79%	-	-	2,022.86	15.69%
递延收益	23,111.78	62.21%	14,421.37	100.00%	10,870.44	84.31%
非流动负债合计	37,150.53	100.00%	14,421.37	100.00%	12,893.30	100.00%

(1)长期借款

2016 年末,公司长期借款为 2,022.86 万元,主要系下属子公司清远欧派取得的项目借款,由清远欧派以土地提供抵押担保,并由公司提供连带责任保证担保。

2018 年末,公司长期借款金额为 14,038.75 万元,系因公司与红星美凯龙家居集团股份有限公司共同投资的广州琶洲欧派总部大楼项目建设资金需求,中国农业银行股份有限公司上海静安支行向公司提供委托贷款;公司作为实际借款人,委托贷款产生的费用(包含但不限于委托费、中介费、服务费、借款利息等)均由红星美凯龙家居集团股份有限公司承担。

(2)递延收益

2016 年末、2017 年末和 2018 年末,公司递延收益分别为 10,870.44 万元、14,421.37 万元和 23,111.78 万元,占非流动负债的比例分别为 84.31%、100.00%和 62.21%,主要为公司收到的与资产相关的政府补助。

(三)偿债能力分析

1、公司主要偿债能力指标

财务指标	2018-12-31	2017-12-31	2016-12-31
流动比率(倍)	1.33	1.46	0.87
速动比率(倍)	1.13	1.22	0.57
资产负债率(合并)(%)	32.01	35.62	48.04
资产负债率(母公司)(%)	44.79	31.55	47.03
利息保障倍数	246.49	248.66	173.22

注:流动比率 = 流动资产 / 流动负债,速动比率 =(流动资产 - 存货)/ 流动负债,资产负债率 =(负债总额 / 资产总额)× 100%,利息保障倍数 =(利润总额 + 利息费用)/ 利息费用。

2016 年末、2017 年末和 2018 年末,公司流动比率分别为 0.87 倍、1.46 倍和 1.33 倍,速动比率分别为 0.57 倍、1.22 倍和 1.13 倍。2017 年末,流动比率和速动比率较 2016 年末明显提升,主要系公司 2017 年首次公开发行股票募集资金,使得货币资金余额增加所致。2018 年末,流动比率和速动比率较 2017 年末略有下降,主要系公司加大在建工程、固定资产建设投入,使得货币资金余额减少所致。

2016 年末、2017 年末和 2018 年末,公司合并资产负债率分别为 48.04%、35.62%和 32.01%,呈下降趋势,主要原因系公司于 2017 年 3 月完成首次公开发行股票,资产负债结构得到优化,偿债能力进一步增强。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度,公司利息保障倍数分别为 173.22、248.66 和 246.49。2017 年度,公司利息保障倍数较 2016 年度大幅提高,主要系公司借款规模下降、利息费用减少所致。2018 年度,公司利息保障倍数较 2017 年度基本持平。

2、与同行业可比公司的比较情况

(1)流动比率及速动比率情况

证券简称	流动比率(倍)			速动比率(倍)		
	2018 年末	2017 年末	2016 年末	2018 年末	2017 年末	2016 年末
索菲亚	1.68	1.98	2.46	1.54	1.83	2.25
喜临门	0.99	1.15	1.24	0.72	0.87	0.96
美克家居	1.86	3.23	1.59	1.09	2.06	0.64
宜华生活	1.43	1.69	1.44	0.94	1.18	0.99
顾家家居	1.38	1.68	2.14	1.05	1.33	1.76
好莱客	2.70	3.63	2.15	2.56	3.51	2.02
曲美家居	1.54	3.01	2.76	0.90	2.55	2.27
金牌厨柜	1.15	1.39	0.71	0.95	1.20	0.49
尚品宅配	1.61	1.74	0.92	1.36	1.53	0.70
皮阿诺	2.57	2.78	1.55	2.21	2.51	1.36
平均值	1.69	2.23	1.70	1.33	1.86	1.34
欧派家居	1.33	1.46	0.87	1.13	1.22	0.57

注:资料来源:Wind;上述可比上市公司相关数据均为各报告期末合并报表数据。

(2)资产负债率及利息保障倍数情况

证券简称	资产负债率(%)			利息保障倍数(倍)		
	2018 年末	2017 年末	2016 年末	2018 年度	2017 年度	2016 年度
索菲亚	31.41	30.39	25.22	32.70	56.54	114.62
喜临门	59.22	52.57	44.78	-3.76	8.65	4.90
美克家居	44.98	28.78	37.69	7.65	9.94	11.31
宜华生活	53.16	52.24	53.56	2.16	3.25	4.03
顾家家居	52.28	38.63	33.92	27.48	278.11	33.15
好莱客	19.72	18.12	26.29	-	-	-
曲美家居	77.73	22.49	21.98	0.62	-	-
金牌厨柜	46.81	45.68	65.99	-	-	39.77
尚品宅配	42.74	42.63	61.19	1,130.34	-	-
皮阿诺	30.75	29.18	40.99	18.12	-	-
平均值	45.88	36.07	41.16	9.44	71.30	34.63
欧派家居	32.01	35.62	48.04	246.49	248.66	173.22

注:资产负债率数据来源:Wind;同行业可比公司的利息保障倍数 =(利润总额 + 利息费用)/ 利息费用;上述可比上市公司相关数据均为各报告期的合并报表数据;计算同行业可比公司利息保障倍数均值时剔除偏离较大的数据。报告期内,公司流动比率和速动比率低于同行业可比公司平均水平,主要原因系:为保证货款及时回收、降低坏账风险,公司对经销商模式和直营店模式均采取“先款后货”的结算模式。报告期内,公司预收款项期末余额远高于同行业平均水平,“先款后货”结算方式对公司期末财务指标的影响相较同行业可比公司更为显著。

(四)营运能力分析

1、公司主要营运能力指标

报告期内,公司应收账款周转率和存货周转率的指标数据如下表:

财务指标	2018 年度	2017 年度	2016 年度
应收账款周转率(次)	46.67	59.78	60.07
存货周转率(次)	9.91	8.24	7.32

注:应收账款周转率 = 营业收入 / 应收账款平均余额,存货周转率 = 营业成本 / 存货平均余额。

报告期内,公司应收账款周转率逐年降低,主要原因系大宗业务销售规模扩大导致其产生的信用付款期内的应收账款增加,使得应收账款周转率小幅下降。

报告期内,随着生产自动化、信息化水平的提高,公司存货管理能力不断增强,期末存货保持在相对稳定的水平,存货周转率有所回升。

2、与同行业可比公司的比较

证券简称	应收账款周转率(次)			存货周转率(次)		
	2018 年度	2017 年度	2016 年度	2018 年度	2017 年度	2016 年度
索菲亚	20.26	35.89	45.45	15.48	13.72	12.34
喜临门	6.51	3.72	3.50	3.50	3.19	3.32
美克家居	6.91	23.63	29.17	1.31	1.20	0.87
宜华生活	3.38	4.60	3.89	1.61	1.93	1.56
顾家家居	29.08	17.34	16.96	5.72	5.36	5.06
好莱客	120.71	319.70	363.11	20.57	22.27	19.59
曲美家居	10.72	28.13	52.23	4.06	7.02	6.34
金牌厨柜	72.94	115.74	134.90	6.84	6.90	5.97
尚品宅配	490.55	1,860.31	1,528.37	7.75	8.38	7.11
皮阿诺	11.93	12.63	9.38	5.54	7.45	9.36
平均值	31.38	30.21	36.94	7.24	6.13	5.77
欧派家居	46.67	59.78	60.07	9.91	8.24	7.32

注:资料来源:Wind;上述可比上市公司相关数据均为各报告期合并报表数据;计算同行业可比公司应收账款周转率和存货周转率均值时剔除偏离较大的数据。

如上表所示,报告期内,公司应收账款周转率和存货周转率均处于同行业可比公司的较高水平,主要原因系:经销商按照公司统一政策,在订单确定前即向公司预付货款,使得公司应收账款规模相对较小,同时,公司作为定制家居行业龙头企业,销售规模较大,上述因素导致公司应收账款周转率显著高于同行业平均水平;公司主要销售高度定制化的整体家居产品,库存商品金额相对较低,有效提高了存货周转率。

二、公司盈利能力分析

(一)营业收入分析

1、营业收入基本构成情况

最近三年,公司营业收入具体情况如下:

单位:万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务收入	1,133,117.56	98.45%	956,265.61	98.48%	702,194.73	98.43%
其他业务收入	17,821.09	1.55%	14,752.19	1.52%	11,218.33	1.57%
营业收入	1,150,938.65	100.00%	971,017.80	100.00%	713,413.06	100.00%

2016 年度、2017 年度和 2018 年度,公司主营业务收入占营业收入的比例分别为 98.43%、98.48% 和 98.45%,其他业务收入主要为向经销商提供培训服务的收入。

2、分产品主营业务收入构成

2016 年度、2017 年度和 2018 年度,公司主营业务收入分别为 702,194.73 万元、956,265.61 万元和 1,133,117.56 万元,2016 年 -2018 年的复合增长率为 27.03%,公司主营业务的具体构成如下:

单位:万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
整体厨柜	576,521.78	50.88%	535,443.50	55.99%	436,939.64	62.22%
整体衣柜	414,795.94	36.61%	329,556.93	34.46%	202,202.61	28.80%
整体卫浴	45,335.45	4.00%	30,323.35	3.17%	24,165.17	3.44%
定制木门	47,466.75	4.19%	32,140.12	3.36%	20,842.71	2.97%
其他	48,997.65	4.32%	28,801.71	3.01%	18,044.60	2.57%
合计	1,133,117.56	100.00%	956,265.61	100.00%	702,194.73	100.00%

2016 年度、2017 年度和 2018 年度,整体厨柜和整体衣柜是公司主营业务收入的主要来源,二者合计占主营业务收入比例为 91.02%、90.45%和 87.49%。

(1)整体厨柜是公司最重要的收入来源

2016 年度、2017 年度和 2018 年度,公司整体厨柜产品销售收入占主营业务收入的比例分别为 62.22%、55.99%和 50.88%,是公司最重要的收入来源;2016 年 -2018 年,整体厨柜产品销售收入的复合增长率为 14.87%,保障了公司主营业务收入稳健增长。

2017 年,整体厨柜业绩稳中有升,主要原因系:一方面,公司持续优化经销商体系,强化销售终端优势,2017 年末欧派厨柜(含厨衣综合)经销商和经销商专卖店数量分别达 1,556 家和 2,150 家,完善的营销网络促进公司市场占有率稳步提升;另一方面,随着公司成功上市,品牌知名度不断提高,公司适时推出“橱柜 +”营销策略,将厨房生活解构为“洗涤”、“备餐”、“烹饪”、“收纳”和“品质生活”五大系统,提高终端客户的产品体验,进而强化品牌认知度,巩固欧派厨柜的行业龙头地位。

2018 年度,整体厨柜的销售收入为 576,521.78 万元,在行业竞争加剧的态势下继续保持稳定增长,主要得益于:一方面,公司加大力度拓展大宗业务、整装、电商等销售渠道,打造复合型的营销体系;另一方面,公司对“橱柜 +”策略进行升级,形成厨柜产品的纵深布局,将产品根据价格区间划分为三大系列,更能满足不同消费群体的需求。

(2)整体衣柜是推动公司收入增长的重要驱动力

2016 年度、2017 年度和 2018 年度,公司整体衣柜产品销售收入占主营业务收入的比例分别为 28.80%、34.46%和 36.61%,收入占比逐年提升,是除整体厨柜外最主要的收入来源。整体衣柜作为公司实现“大家居”战略规划的重要一环,是公司近年来重点发展的整体家居产品;2016 年 -2018 年,整体衣柜产品销售收入的复合增长率为 43.23%,是公司收入增长的重要驱动力。

2017 年,公司整体衣柜产品业绩大幅提高,主要原因系:1)公司大力推广套餐营销策略,让利消费者的同时提高产品定价透明度,经销商及终端市场的反馈良好,整体衣柜产品的订单量显著增长;2)公司加快产品推陈出新,打造覆盖多种房屋户型及装修风格的产品矩阵,更好地满足不同消费人群的个性化需求,终端销售的客单值有所增加。

2018 年度,整体衣柜的销售收入为 414,795.94 万元,继续保持快速增长,主要得益于整体衣柜产品在品牌及渠道等方面的优化提升。一方面,“欧铂丽”品牌在产品风格、价格、功能以及目标人群等方面与“欧派”品牌形成有效互补,整体衣柜产品可覆盖的市场范围更广;另一方面,公司深入推进“大家居”战略,可充分发挥多品类融合的协同效应,整体衣柜产品的渗透率有所提高。

(3)整体卫浴和定制木门快速增长

2016 年度、2017 年度和 2018 年度,公司整体卫浴和定制木门产品合计销售收入占主营业务收入的比例为 6.41%、6.53%和 8.19%。在“大家居”战略规划中,整体卫浴和定制木门系对整体厨柜和整体衣柜的重要补充。

报告期内,整体卫浴产品和定制木门产品保持着良好的增长态势,2016 年 -2018 年整体卫浴产品和定制木门产品的销售收入复合增长率分别为 36.97%和 50.91%。随着公司对“大家居”和“全屋定制”业务的全面推进实施,整体卫浴和定制木门业务将获得更好的发展。

(4)其他产品收入逐年增加

其他产品主要为“全屋定制”业务的配套产品,如寝具、墙纸和厨房电器等。2016 年度、2017 年度和 2018 年度,公司其他产品的销售收入占主营业务收入的比例分别为 2.57%、3.01%和 4.32%。随着欧派“大家居”战略和“全屋定制”业务的开展,寝具、墙纸和厨房电器等定制家居配套产品的销售收入逐年增加。

3、分销售区域主营业务收入构成

报告期内,公司主营业务收入分销售区域的销售收入和构成比例如下:

单位:万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
华东地区	336,740.95	29.72%	276,833.81	28.95%	195,567.16	27.85%
华南地区	192,092.06	16.95%	178,406.04	18.66%	126,051.43	17.95%
华北地区	157,748.94	13.92%	139,761.07	14.62%	103,813.04	14.78%
西南地区	155,661.24	13.74%	117,085.57	12.24%	91,982.53	13.10%
华中地区	124,048.10	10.95%	103,277.00	10.80%	77,273.55	11.00%
东北地区	65,713.06	5.80%	55,253.39	5.78%	45,687.45	6.51%
西北地区	65,081.63	5.74%	55,621.23	5.82%	40,762.69	5.81%
境外地区	36,031.58	3.18%	30,027.50	3.14%	21,056.88	3.00%
合计	1,133,117.56	100.00%	956,265.61	100.00%	702,194.73	100.00%

公司产品以境内销售为主。报告期内,得益于销售网络在国内全面布局,公司在各地区的销售收入构成比例较为稳定且相对平衡,与各地区的经济发展水平及居民消费能力相匹配。华东、华南、华北和西南地区对公司产品的需求量最大,报告期内合计占比保持在 70%以上,已成为公司最为重要的战略市场。因此,在已有华南、华北、华东生产基地的基础上,公司拟利用本次募集资金新建成都生产基地,降低公司产品在西南地区的物流成本,完善在全国范围内的产能布局,进一步提高产品的市场竞争力。

4、分销售模式主营业务收入构成

报告期内,公司主营业务收入分销售模式的销售收入和构成比例如下:

单位:万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
经销商专卖店销售	925,071.09	81.64%	804,043.72	84.08%	600,160.32	85.47%
直营店销售	30,252.65	2.67%	25,783.59	2.70%	23,750.29	3.38%
大宗业务销售	141,762.24	12.51%	96,410.79	10.08%	57,227.24	8.15%
出口销售	36,031.58	3.18%	30,027.50	3.14%	21,056.88	3.00%
合计	1,133,117.56	100.00%	956,265.61	100.00%	702,194.73	100.00%

经销商销售模式是公司最主要的销售模式,在主营业务收入中占比最高。在长期发展过程中,公司建立了遍布全国的营销服务网络,随着“欧派”整体品牌价值的不断提升,公司经销商体系不断扩大。2016 年至 2018 年,公司通过经销商专卖店实现的销售收入分别为 600,160.32 万元、804,043.72 万元和 925,071.09 万元,呈明显增长趋势。

公司在不断完善经销商市场销售网络建设的同时,逐步开拓大宗客户市场,针对房地产开发商销售的精装商品房楼盘提供整体家居产品。报告期内,大宗业务销售收入占主营业务收入比例呈逐年上升趋势,大宗业务规模也在不断扩大,2017 年度和 2018 年度分别较上年增长 68.47%和 47.04%。

(二)营业成本分析

最近三年,公司营业成本的具体构成情况如下:

单位:万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	699,186.13	98.58%	625,987.57	98.46%	446,275.69	98.59%
整体厨柜	346,992.99	48.92%	338,917.11	53.31%	270,307.64	59.71%
整体衣柜	240,685.80	33.93%	215,070.37	33.83%	127,738.62	28.22%
整体卫浴	33,332.20	4.70%	24,479.86	3.85%	19,486.34	4.30%
定制木门	41,020.37	5.78%	27,040.08	4.25%	17,305.69	3.82%
其他	37,154.76	5.24%	20,480.15	3.22%	11,437.39	2.53%
其他业务成本	10,077.47	1.42%	9,793.40	1.54%	6,405.19	1.41%
合计	709,263.60	100.00%	635,780.97	100.00%	452,680.88	100.00%

2016 年度、2017 年度和 2018 年度,主营业务成本逐年增加,变动趋势与主营业务收入的变动趋势保持一致。其中,整体厨柜与整体衣柜产品的营业成本合计占总营业成本的比例分别为 87.93%、87.14%和 82.86%,是营业成本最主要的构成部分。

最近三年,公司生产成本的具体构成情况如下:

单位:万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	523,976.33	74.94%	474,877.51	75.86%	341,100.18	76.43%
直接人工	83,307.09	11.91%	78,193.54	12.49%	53,921.06	12.08%
制造费用	91,902.71	13.14%	72,916.52	11.65%	51,254.45	11.48%
合计	699,186.13	100.00%	625,987.57	100.00%	446,275.69	100.00%

2016 年度、2017 年度和 2018 年度,公司直接材料、直接人工、制造费用占生产成本的比重较为稳定,其中,直接材料占生产成本的比重较高,分别为 76.43%、75.86%和 74.94%,直接材料采购价格的变动对公司生产成本将产生较大影响。

(三)毛利率分析

最近三年,公司主营业务的毛利率变动情况如下:

产品类别	2018 年度	2017 年度	2016 年度
主营业务	38.30%	34.54%	36.45%
整体厨柜	39.81%	36.70%	38.14%
整体衣柜	41.97%	34.74%	36.83%
整体卫浴	26.48%	19.27%	19.36%
定制木门	13.58%	15.87%	16.97%
其他	24.17%	28.89%	36.62%
其他业务	43.45%	33.61%	42.90%
综合毛利率	38.38%	34.52%	36.55%

2016 年度、2017 年度和 2018 年度,公司的综合毛利率分别为 36.55%、34.52%和 38.38%。2016 年,主要原材料如中纤板、实木板和铝材等的采购价格较 2015 年有所下降,同时通过引入先进生产设备并改进制造工艺,公司生产效率和原材料利用率得到提高,销售毛利率较 2015 年上升 4.90 个百分点。

2017 年,公司主要原材料刨花板、石英石板、实木板等的采购单价较 2016 年有所上涨,同时产品的平均销售单价有所下降导致销售毛利率较 2016 年下降 2.03 个百分点。

2018 年,公司根据市场情况调整产品的定价策略,与经销商的结算系数有所提高,产品平均销售单价提高;主要原材料刨花板、中纤板、进口实木板、石英石板等的采购单价较上年有所下降;同时,随着自动化水平进一步提高,人工成本得到有效控制,上述因素共同导致了销售毛利率提升。

1、整体厨柜产品毛利率变动情况分析

2016 年度、2017 年度和 2018 年度,公司整体厨柜产品毛利率分别为 38.14%、36.70%和 39.81%。

2017 年,整体厨柜产品毛利率较 2016 年度下降 1.44 个百分点,主要原因系:一方面,主要原材料如刨花板、石英石板、实木板和铝材等的采购价格上升导致直接材料成本增加;另一方面,公司根据市场竞争情况调整定价策略,单套整体厨柜产品的销售定价小幅下降。

2018 年度,整体厨柜产品毛利率较 2017 年度上升 3.11 个百分点,主要原因系公司根据市场情况适当提高整体厨柜产品的结算价格,整体厨柜产品的平均售价有所提高;同时,主要板材的采购价格下降,产品耗用的直接材料成本减少。

2、整体衣柜产品毛利率变动情况

2016 年度、2017 年度和 2018 年度,公司整体衣柜产品毛利率分别为 36.83%、34.74%和 41.97%。

2017 年,整体衣柜产品毛利率较 2016 年下降 2.09 个百分点,主要原因系:一方面,公司生产整体衣柜所用主要原材料的采购价格有所上涨,直接材料成本相应增加;另一方面,公司根据市场竞争情况调整定价策略,单套整体衣柜产品的平均销售单价小幅下降。

2018 年度,整体衣柜产品毛利率较 2017 年上升 7.23 个百分点,主要原因系:公司根据市场情况适当提高整体衣柜产品的结算价格;同时,主要板材的采购价格下降,产品耗用的直接材料成本减少,随着自动化水平进一步提高,人工成本得到更加有效控制。

3、其他产品毛利率变动情况

2016 年度、2017 年度和 2018 年度,公司整体卫浴产品毛利率分别为 19.36%、19.27%和 26.48%。2018 年度,整体卫浴产品毛利率较 2017 年度上升 7.21 个百分点,主要原因系随着公司“大家居”业务的逐步开展,整体卫浴产品在整体厨柜、整体衣柜产品的带动下,客单值明显提高。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度,公司定制木门产品毛利率分别为 16.97%、15.87%和 13.58%,逐年下降的主要原因系:一方面,为了进一步提高市场份额,公司定制木门产品的销售定价相对较低;另一方面,截至 2018 年末公司木门生产线扩建项目尚在建设中,规模效应暂未显现。

4、与同行业可比公司的比较

最近三年,同行业可比公司的综合毛利率情况如下:

证券简称	综合毛利率(%)		
	2018 年度	2017 年度	2016 年度
索菲亚	37.57	38.17	36.57
喜临门	28.84	34.70	36.98
美克家居	52.16	54.18	57.54
宜华生活	32.75	34.21	36.09
顾家家居	36.37	37.26	40.44
好莱客	39.56	38.34	39.98
曲美家居	42.41	38.87	40.54
金牌厨柜	39.00	39.14	38.11
尚品宅配	43.68	45.11	46.19
皮阿诺	35.95	34.45	37.85
平均值	38.83	39.44	41.03
欧派家居	38.38	34.52	36.55

注:资料来源:Wind;上述可比上市公司相关数据均为各报告期合并报表数据。

报告期内,公司综合毛利率略低于同行业可比公司,主要原因系公司施行让利经销商的销售策略,通过适当降低对经销商的销售毛利,激发经销商开拓市场的积极性,促进与经销商建立长期稳定、合作互利的关系。2018 年,公司综合毛利率水平较往年有所提升,主要系公司调整产品定价策略,提高了与经销商的结算系数,产品平均销售单价上升所致。

(四)期间费用分析

报告期内,公司期间费用及占营业收入的比例如下:

单位:万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
销售费用	117,718.92	10.23%	94,717.00	9.75%	81,591.19	11.42%
管理费用	77,233.66	6.71%	61,694.92	6.35%	65,303.88	9.14%
财务费用	-3,184.18	-0.28%	278.56	0.03%	-948.34	-0.13%
期间费用合计	191,768.40	16.66%	156,690.48	16.13%	145,946.73	20.43%

2016 年度、2017 年度和 2018 年度,公司期间费用占营业收入的比例分别为 20.43%、16.13%和 16.66%。公司期间费用的变化与外部经济环境及公司实际经营情况相关,报告期各年度期间费用随着营业收入的提升呈现一定幅度的增长。

1、销售费用

报告期内,公司销售费用构成与变动情况如下:

单位:万元

产品类别	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
广告展销费	44,999.50	38.23%	35,801.76	37.80%	31,195.27	38.23%
职工薪酬	43,972.52	37.35%	36,583.56	38.62%	29,239.31	35.84%
业务办公费	11,490.95	9.76%	11,234.15	11.86%	9,334.06	11.44%
租赁装修费	9,996.45	8.49%	6,292.36	6.64%	8,142.78	9.98%
运输费	4,746.34	4.03%	1,725.14	1.82%	1,168.66	1.43%
出口费用	1,575.36	1.34%	1,023.96	1.08%	719.26	0.88%
汽车使用费	-	-	457.43	0.48%	584.36	0.72%
其他	937.80	0.80%	1,598.64	1.69%	1,207.49	1.48%
合计	117,718.92	100.00%	94,717.00	100.00%	81,591.19	100.00%

如上表所示,公司销售费用主要为广告展销费、销售人员薪酬、业务办公费和租赁装修费等支出。2016 年度、2017 年度和 2018 年度,前述四项费用合计占当年销售费用的比例分别为 95.49%、94.93%和 93.83%。2017 年度和 2018 年度,公司销售费用同比增长 16.09%和 24.28%,主要原因系公司的整体家居产品主要面向国内市场销售,广告展销费用及销售人员薪酬费用较高,且随着市场竞争的不断加剧而逐年增长。公司深耕市场多年,已建立了完善的销售制度,销售费用支出控制在合理水平。

2、管理费用

报告期内,公司管理费用构成与变动情况如下:

单位:万元

产品类别	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
股权激励费用	3,825.85	4.95%	3,331.41	5.40%	-	-
职工薪酬	44,878.86	58.11%	37,961.90	61.53%	44,460.10	68.08%
办公经费	11,375.35	14.73%	7,908.53	12.82%	8,230.42	12.60%
折旧摊销费	12,280.74	15.90%	8,283.11	13.43%	7,529.51	11.53%
汽车使用费	1,364.29	1.77%	1,275.35	2.07%	950.13	1.45%
其他	3,508.57	4.54%	2,934.61	4.76%	4,133.71	6.33%
合计	77,233.66	100.00%	61,694.92	100.00%	65,303.88	100.00%

如上表所示,公司管理费用主要为职工薪酬、股权激励费用、办公经费和折旧摊销费用。2016 年至 2018 年,前述费用合计占当年管理费用的比例分别为 90.52%、92.22%和 93.69%,管理费用结构保持相对稳定。

2017 年度,公司管理费用较 2016 年度有所减少,主要原因系:根据《关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》,利润表中设置“研发费用”一级科目单独列示,公司对于 2017 年度管理费用进行追溯调整,将原计入“管理费用”的研发费用单独列示为“研发费用”。

2018 年度,公司管理费用较 2017 年度有所增加,主要原因系:(1)随着公司经营规模的扩大,各项管理费用支出金额相应增加;(2)公司拥有较为完善的内部管理体系和激励机制,重视中高层管理团队对企业成长的价值和作用,报告期内管理人员的薪酬呈增长趋势。

3、财务费用

公司财务费用包括利息支出、汇兑损益以及支付的各类银行手续费。报告期内,公司财务费用占营业收入的比重较低。报告期各期,公司财务费用具体情况如下:

单位:万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
利息支出	112.41	497.82	639.09
减:利息收入	2,636.63	1,963.80	1,427.60
汇兑损益	-995.18	1,489.40	-407.33
其他	335.22	255.13	247.50
合计	-3,184.18	278.56	-948.34

2017 年度,公司财务费用较 2016 年度增加 1,226.90 万元,主要原因系人民币汇率变动带来的汇兑损失增加。2018 年度,公司财务费用较 2017 年度减少 3,462.74 万元,主要原因系公司利息收入以及汇兑收益有所增加。

(五)营业外收支分析

1、营业外收入

报告期内,公司的营业外收入情况如下表所示:

单位:万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
政府补助	46.55	1,012.99	4,939.93
处置非流动资产净收益	-	-	32.68
罚没收入	447.83	356.63	529.73
其他	905.13	808.36	312.18
合计	1,399.52	2,177.97	5,814.52

2017 年度,因《企业会计准则第 16 号——政府补助》于 2017 年 5 月修订,公司取得的部分政府补助计入“其他收益”科目核算,使得 2017 年度营业外收入有所下降。

2018 年度,公司营业外收入较 2017 年度有所下降,主要系政府补助减少所致。

2、营业外支出

报告期内,公司营业外支出主要系淘汰原有老旧设备产生的非流动资产报废损失和对外捐赠支出。2016 年度、2017 年度和 2018 年度,公司营业外支出为 403.59 万元、198.25 万元和 692.58 万元,占利润总额的比例分别为 1.13%、0.36%、0.13%和 0.38%,占比较低。

(六)非经常性损益分析

报告期内,公司非经常性损益情况如下:

单位:万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
非流动性资产处置损益	146.66	-6.77	1.59
计入当期损益的政府补助(与企业业务密切相关,按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外)	2,461.01	8,127.57	4,939.93
委托他人投资或管理资产的损益	5,597.85	3,606.10	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	660.38	966.73	486.00
小 计	8,865.90	12,693.64	5,427.53
减:非经常性损益相应的所得税	1,381.49	2,203.81	884.13
减:少数股东损益影响数	-	0.41	0.06
非经常性损益影响的净利润	7,484.41	10,489.42	4,543.33
归属于母公司普通股股东的净利润	157,185.83	130,013.20	94,956.21
扣除非经常性损益后的归属于母公司普通股股东净利润	149,701.42	119,523.78	90,412.88

2016 年度、2017 年度和 2018 年度,非经常性损益占同期归属于母公司股东净利润的比例分别为 5.72%、9.76%和 5.64%。总体来看,非经常性损益对公司盈利能力的影响较小。(七)净资产收益率和每股收益分析

1、报告期内的净资产收益率和每股收益

公司按照中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露(2010 年修订)》(中国证券监督管理委员会公告[2010]2 号)、《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益》(中国证券监督管理委员会公告[2008]43 号)要求计算的净资产收益率和每股收益如下:

项目	报告期	加权平均净资产收益率(%)	每股收益(元 / 股)	
			基本	稀释
归属于公司普通股股东的净利润	2018 年度	22.72	3.77	3.77
	2017 年度	25.75	3.21	3.20
	2016 年度	39.45	2.54	2.54
扣除非经常性损益后归属公司普通股股东的净利润	2018 年度	21.63	3.59	3.59
	2017 年度	23.67	2.95	2.94
	2016 年度	37.56	2.42	2.42

注:上表中每股收益和加权平均净资产收益率数据摘引自公司业经广东正中珠江会计师事务所(特殊普通合伙)审计的 2016 年度、2017 年度、2018 年度财务报告以及广东正中珠江会计师事务所(特殊普通合伙)出具的《欧派家居非经常性损益及净资产收益率和每股收益的专项审核报告》(广会专字【2019】G18034120068 号)。

2017 年度和 2018 年度,公司加权平均净资产收益率较上年度有所下降,主要系公司成功上市后净资产规模大幅提升所致。

报告期内,公司每股收益逐年增长,主要原因系随着销售规模的扩大和品牌影响力的提高,公司盈利能力不断增强。

2、与同行业可比公司的比较

证券简称	加权平均净资产收益率(%)			基本每股收益(元 / 股)		
	2018 年度	2017 年度	2016 年度	2018 年度	2017 年度	2016 年度
索菲亚	20.64	21.98	22.55	1.04	0.98	1.48
喜临门	-17.56	11.09	12.39	-1.13	0.74	0.61
美克家居	9.13	11.02	10.58	0.25	0.24	0.51
宜华生活	4.71	9.84	9.91	0.26	0.51	0.48
顾家家居	22.96	22.26	37.25	2.36	1.99	1.67
好莱客	17.38	22.45	24.10	1.22	1.15	0.86
曲美家居	-3.87	16.59	14.24	-0.12	0.51	0.38
金牌厨柜	22.65	27.78	39.53	3.14	2.78	1.92
尚品宅配	17.08	18.00	35.20	2.46	3.71	3.15
皮阿诺	14.07	12.82	25.75	0.91	0.67	1.88
平均值	10.72	17.38	23.15	1.04	1.33	1.29
欧派家居	22.72	25.75	39.45	3.77	3.21	2.54

注:资料来源:Wind;上述可比上市公司相关数据均为各报告期合并报表数据。

报告期内,公司加权平均净资产收益率和每股收益均处于同行业可比公司的较高水平,盈利状况良好。随着销售规模的扩大和品牌影响力的提高,公司盈利能力将不断增强。

三、公司现金流量分析

报告期内,公司现金流量情况如下:

单位:万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
经营活动产生的现金流量净额	201,820.94	187,786.28	149,677.08
投资活动产生的现金流量净额	-231,295.36	-205,470.08	-116,541.08
筹资活动产生的现金流量净额	-35,913.11	226,700.01	-5,514.59
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-2,161.28	-1,616.23	707.33
现金及现金等价物净增加额	-67,548.81	207,399.98	28,328.75

2016 年度、2017 年度和 2018 年度,公司经营情况良好,营业规模不断扩大,经营活动产生的现金流量净额持续为正。

2017 年度,公司筹资活动产生的现金流量净额较 2016 年度增加 232,214.60 万元,主要系公司 2017 年首次公开发行股票募集资金,使得筹资活动现金流入增加。

2018 年度,公司现金及现金等价物净增加额为负数的主要原因系公司根据市场需求情况进行产能扩张及对现有生产线升级改造,在建工程及固定资产投入增加。

报告期内,投资活动产生的现金流量净额因资本性支出较大持续为负,符合公司目前处于高速增长及扩张期间的资金运作特点。

(一)经营活动产生的现金流量分析

单位:万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
营业收入	1,150,938.65	971,017.80	713,413.06
销售商品、提供劳务收到的现金	1,302,343.17	1,150,862.99	859,039.06
净利润	157,185.83	129,932.47	94,340.74
经营活动产生的现金流量净额	201,820.94	187,786.28	149,677.08

报告期内,公司销售商品、提供劳务收到的现金基本与含增值税营业收入持平。2017 年至 2018 年,公司经营活动产生的现金流量净额显著大于净利润,主要原因为:公司销售收入的主要来源于经销商专卖店销售,公司严格采用“先款后货”的货款结算方式,经营活动产生的现金流量净额中含有年末预收但尚未实现销售的货款。

2017 年度和 2018 年度,经营活动产生的现金流量净额较上年分别增加 25.46%和 7.47%。2018 年度,经营活动产生的现金流量净额同比增长速度较 2017 年有所放缓,主要原因系:随着业务规模的不断扩张,公司原材料采购规模以及员工人数增加使得用于购买原材料和支付给职工的现金流出增加。

(二)投资活动产生的现金流量分析

单位:万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
收回投资收到的现金	432,500.00	-	-
取得投资收益收到的现金	5,618.15	3,626.40	20.30
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	626.37	13.16	622.14
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	55.59	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	6,289.83	5,024.21
投资活动现金流入小计	438,800.11	9,929.39	5,666.65
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	229,208.88	178,399.47	122,207.73
投资支付的现金	438,751.74	37,000.00	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	2,134.85	-	-
投资活动现金流出小计	670,095.47	215,399.47	122,207.73
投资活动产生的现金流量净额	-231,295.36	-205,470.08	-116,541.08

报告期内,公司投资活动产生的现金流量净额均为负。2016 年度、2017 年度和 2018 年度,公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 122,207.73 万元、178,399.47 万元和 229,208.88 万元,主要系公司为适应业务规模的扩大,持续进行资本性投入以扩大产能所致。

2016 年度,公司收到其他与投资活动有关的现金为 5,024.21 万元,系子公司无锡欧派、清远欧派收到的项目建设扶持资金 4,024.21 万元和 1,000.00 万元。2017 年度,公司收到的其他与投资活动有关的现金为 6,289.83 万元,系公司及子公司欧派集成分别收到政府补助的技术改造款项 4,802.32 万元和 1,487.51 万元。

(三)筹资活动产生的现金流量分析

单位:万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
吸收投资收到的现金	-	230,960.61	-
其中:子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-
取得借款收到的现金	14,038.75	13,137.68	7,514.15
收到其他与筹资活动有关的现金	3,916.09	-	4,026.21
筹资活动现金流入小计	17,954.84	244,098.30	11,540.35
偿还债务支付的现金	10,000.00	15,547.91	16,415.86
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	42,140.76	497.82	639.08
支付其他与筹资活动有关的现金	1,727.19	1,352.56	-
筹资活动现金流出小计	53,867.95	17,398.29	17,054.94
筹资活动产生的现金流量净额	-35,913.11	226,700.01	-5,514.59

公司筹资活动的现金流入主要系吸收投资和新增借款,现金流出主要系偿还到期债务和利息。2016 年度,收到其他与筹资活动有关的现金 4,026.21 万元主要为收到的融资保证金。2017 年度,公司吸收投资收到的现金 230,960.61 万元为首次公开发行股票募集资金。2018 年度,公司筹资活动现金流出增多的主要原因系公司于 2018 年 7 月派发现金红利 42,028.35 万元。

第六节 本次募集资金运用

一、本次募集资金运用概况

本次公开发行可转债公司债券募集资金总额预计不超过 14.95 亿元,扣除发行费用后拟全部投资以下项目:

单位:万元

序号	项目名称	总投资额	拟以募集资金投入金额
1	清远生产基地(二期)建设项目	108,083.00	40,000.00
2	无锡生产基地(二期)建设项目	83,539.00	19,500.00
3	成都欧派智能家居建设项目	211,303.00	90,000.00
合计		402,925.00	149,500.00

若本次发行可转换公司债券实际募集资金净额少于上述项目拟投入募集资金总额,募集资金不足部分由公司自筹解决。如本次发行可转换公司债券募集资金到位时间与项目实施进度不一致,公司可根据实际情况需要以其他资金先行投入,并在募集资金到位后予以置换。

募集资金投资项目涉及的审批情况如下:

序号	项目名称	立项	环评	土地
1	清远生产基地(二期)建设项目	广州(清远)产业转移工业园管理委员会出具《广东省企业投资项目备案证》,备案项目编号:2015-441800-21-03-010238。	广州(清远)产业转移工业园环境保护局出具《关于清远欧派“南方基地”二期工程建设项目环境影响报告书的批复》(广清环影字[2018]14 号)。	粤(2016)清远市不动产权第 0008257 号
2	无锡生产基地(二期)建设项目	无锡市惠山区发展和改革局出具《企业投资项目备案通知书》备案号:20150119	无锡市惠山市环境保护局出具《关于对江苏无锡欧派集成家居有限公司<欧派家居集团股份有限公司无锡生产基地二期建设项目环境影响报告书>的审批意见》(惠环审[2017]085 号)。	苏(2018)无锡市不动产权第 0108087 号
3	成都欧派智能家居建设项目	(1)双流县发展和改革局出具《四川省固定资产投资项目备案表》,备案号:川投资备【2017-510122-21-03-154708】FGQB-0186 号; (2)双流区科技和经济发展局出具《四川省技术改造投资项目备案表》,备案号:川投资备【2018-510122-21-03-253876】JXQB-0132 号。	(1)成都市环境保护局出具《关于成都欧派智能家居有限公司成都欧派智能家居项目一期项目环境影响报告书的审查批复》(成环建评[2017]187 号); (2)成都市环境保护局出具《关于成都欧派智能家居有限公司成都欧派智能家居项目一期扩建项目环境影响报告表的审查批复》(成环评审[2018]170 号)。	川(2018)双流区不动产权第 0092434 号

二、本次募集资金投资项目的实施背景

(一)定制家居日益受消费者欢迎,市场不断扩大

随着消费能力的提升和消费观念的转变,国内消费者对整体厨柜、整体衣柜、定制木门等定制家居产品的需求逐步加大,带动市场销售规模快速增长。同时,随着近年来我国房地产刚性需求不断释放,定制家居市场持续快速发展。

根据 WIND 数据显示,近年来,随着城镇化进程加快,我国住宅用房屋新开工面积不断增加,2000 年至 2017 年我国住宅用房屋新开工面积从 12.46 亿平方米增长至 69.19 亿平方米,复合增长率为 10.61%。住宅用房屋面积的增长带动了消费者对新房装修的需求,2000 年至 2017 年,家具制造行业规模以上企业收入由 327.50 亿元增长至 9,056.50 亿元,复合增长率达 21.57%。

(下转 D60 版)