公司代码：603551　　公司简称：奥普家居

奥普家居股份有限公司 2020 年年度报告摘要

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 天健会计师事务所（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 经董事会决议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

公司拟以权益派发的股权登记日总股本 405,505,000 股为基数，每 10 股派发现金红利 4.00 元（含税），总计派发现金股利 162,202,000 元（含税），占公司 2020 年度实现归属于母公司所有者的净利润的 85.87%；公司不进行资本公积金转增股本，不送红股。公司 2020 年度利润分配预案已经公司第二届董事会第十次会议审议通过，尚需公司 2020 年年度股东大会审议通过。

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	奥普家居	603551	不适用

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	李洁	刘利
办公地址	浙江省杭州经济技术开发区 21 号大街 210 号	浙江省杭州经济技术开发区 21 号大街 210 号
电话	0571-88177925	0571-88177925
电子信箱	aupuzqb@aupu.net	aupuzqb@aupu.net

2 报告期公司主要业务简介

（一）公司从事的主要业务

公司主要从事以浴霸、晾衣机、照明为主的家电产品和以集成吊顶、集成墙面、全功能阳台为主的家居产品的研发、生产、销售及服务提供，致力于通过家电产品的智能化、年轻化和家居产品的快装化、集成化为每一位消费者创造智能、健康、纯净的家居环境。

公司持续践行“全区域、全渠道、多品类”的经营战略，通过产品品类的丰富和业务边界的拓展，形成了家电和家居二大核心业务板块。在家电板块中，公司通过浴霸、晾衣机、照明等产品的革新升级，不断推出智能化、健康化、年轻化的优质家电产品，为更多家庭创造温暖、健康和美。在家居板块中，公司通过集成吊顶、集成墙面、全功能阳台等业务的开展，设计优化，方案融合，构建了浴室、厨房、客厅、阳台等空间的系列解决方案；公司通过为广大客户提供符合时代潮流、设计新颖、健康智能的家居产品或一站式智能空间解决方案，让更多家庭便捷地拥有舒适与美的空间。

公司家电板块产品主要系列如下：

产品名称	产品示例	品牌系列
浴霸		包含“热能环”系列、“氧洁”系列、“净味”系列、“轻奢”系列、“炫彩”系列、“悦爱”系列、“暖锋”系列、“焕新”系列等。
照明		包含叠澜、流砂、水韵、云轩、简艺、至纯、星片、蝶恋等产品系列。
晾衣机		包含 LDE6170B—B、T42-G 银、LDE4150B 银、L42-G 银、D7 灰、LDC120A 等多种型号。
凉霸		包含 L20、L20Pro、W12、W14、W15、BC10-3A、BC14-1A、BP15-5D 等。
集成灶		包含 A3、A3X、A3ZK、D5、Z3-D、Z9-D、P8、P8Z 等多种型号。

公司家居板块产品主要系列如下：

产品名称	产品示例	品牌系列
集成吊顶		包含“MAX 人机”系列、“白白”系列、“简爱”系列、“家天下”系列等，可满足顶部空间整体解决方案。
集成墙面		包括“Young”系列、“简爱”系列、“博尼”系列等，可满足墙面收纳功能方案、主卧墙面洗衣、书房、休闲、亲子、厨房、书房等功能系列解决方案。
全功能阳台		可通过集成吊顶、集成墙面、晾衣机等产品的组合设计及应用，提供一站式阳台整体解决方案。

（二）公司主要经营模式

2020 年，公司通过供应链整合、生产线的升级改造、经销商的培训和扶持、渠道的精耕细作、营销方式的数字化升级等举措实现产业链的高效协同、经营效率的提高，同时提升了产业链整体抗风险能力，推动公司运营在疫情防控背景下的稳步发展。报告期内，公司采购、生产、销售等运营模式未发生重大变化。具体情况如下：

1、采购模式

公司主要采购电器类配件（电机、箱体等）、塑料类配件、铝材、钣金件、五金件等各类原材料。公司供应链中心下设采购计划中心、供应链管理、物流等部门，会同财务中心及品质管理中心对供应商进行筛选、考核，对采购过程进行监控和管理。每月由有、采购计划中心根据次月的销售需求编制次月《月度生产计划》，并结合最近一次的月末材料仓库的库存情况编制《物料需求表》；采购计划中心按《物料需求表》两日内向供应商下发《采购订单》；品质管理中心对采购产品进行检验，合格产品予以入库；财务中心核定采购价格及最终付款。公司供应链中心、品质管理中心、财务中心等各部门高效协作，确保了采购效益最大化。

2、生产模式

公司采取自主生产和外协生产相结合的生产模式。报告期内，公司中高端系列浴霸、集成吊顶、部分浴霸产品的塑料配件等采取自主生产模式；部分中低端产品采取外协生产模式。

（1）自主生产模式

公司自主生产模式下，制造中心根据《月度生产计划》向各车间下发《生产指令单》，领料 员根据《生产指令单》前往原材料仓库领料，然后交由各生产车间开始生产，产品完工后交由品 质管理中心检验，检验合格生成《产成品入库单》，入成品仓库。报告期内，公司开始组建自动化塑料配件生产线，确保了塑料配件的质量和生产效率；进一步完善了满足多品种、小批量定制需求的精益单元生产线。

（2）外协生产模式

公司外协生产主要包括 OEM 和委托加工两种模式。公司采用 OEM 模式生产部分中低端型号的浴霸、集成吊顶主机、集成灶、晾衣机、照明等产品，公司与外协厂商签订产成品采购合同，外协厂商根据公司的设计及技术要求，自行采购原材料、生产并提供产成品；采用委托加工模式主要是对部分原材料如铝卷、铝锭等进行初加工，受托加工方按照公司要求加工相应物料，公司向其支付加工费。

3、销售模式

公司拥有覆盖广泛的多层级、多渠道的营销网络，并通过品牌宣传、明星活动、口碑传播、O2O、直播等多种方式引流，形成了实体渠道、电商渠道、工程渠道、家装渠道、其他渠道等多元营销体系。

（1）实体渠道

实体渠道指公司选择品牌意识、市场开拓能力、销售能力较强、资金实力雄厚且信誉良好的线下经销商，与之签订经销商授权合同，授权其在一定区域内通过门店或网点销售公司产品。

（2）电商渠道

电商渠道包括直营电商和经销商电商。直营电商是指公司通过天猫、京东等电商平台向终端消费者直接销售公司产品；经销商电商是指公司选择优质的经销商对指定产品进行网络销售。

（3）工程渠道

工程渠道包括直营工程和经销商工程。直营工程是指公司直接与优质房地产商建立战略合作关系，直接为房地产商的工程项目配套浴霸、凉霸、晾衣机、集成吊顶等产品；经销商工程是指公司与优质房地产商建立战略合作关系后，授权一些区域的经销商为该区域的房地产工程项目配套公司产品。

（4）家装渠道

家装渠道包括直营家装和地方家装。直营家装是指公司直接与装饰装修公司建立合作关系，为装饰装修公司的装修业务配套集成吊顶、集成墙面等产品。地方家装是指各区域的集成经销商通过与该区域的装饰装修公司建立合作，为之配套产品、提供服务。

（5）其他渠道

其他渠道主要包括外销、KA 线下自营等。公司外销渠道主要通过 ODM 和海外经销两种模式开展，产品主要销往澳大利亚、美国、马来西亚、韩国、台湾等国家和地区；KA 渠道是指国美、苏宁等卖场渠道，KA 卖场根据公司指导价代销产品；线下自营是指公司通过红星美凯龙等专业卖场的自营店铺向终端消费者直接销售公司产品。

（三）行业情况说明

1、公司所处行业

公司主营产品包括浴霸、集成吊顶等。根据中国证监会《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，公司所属行业为“C38”电气机械和器材制造业；根据国民经济行业分类（GB/T 4754-2017），公司属于“C38”电气机械和器材制造业下的“C385”家用电力器具制造业。公司浴霸、晾衣机、照明等产品可以细分为家居行业中家用电器子行业，集成吊顶、集成墙面等产品可以细分为家居行业中的住宅装饰装修子行业。

2、行业发展状况

公司所处行业主要受宏观经济环境、房地产市场繁荣程度、居民可支配收入等因素影响：

（1）受房地产市场的影响

在疫情防控背景下，2020 年上半年房地产市场受到冲击，但下半年市场整体有所恢复，全国的商品房销售面积和销售额实现了回升。根据国家统计局公布的数据，2020 年商品房销售面积 176,086 万平方米，同比增长 2.6%；商品房销售额 173,613 亿元，增长 8.7%。2020 年房地产市场的巨大波动对下游产业链中家居企业的业务发展形成了一定影响，但同时也促进了家居企业通过降本提效、产业链管理和产品的创新迭代等措施来加强核心竞争力，夯实业务基础以应对市场风险。2021 年，随着疫情的有效控制、城镇化和改善型住房需求的积极释放等影响，房地产市场仍将带动家居产业稳定、健康发展。

数据来源：国家统计局

（2）受居民可支配收入的影响

我国居民可支配收入逐年增加，人民对生活品质的追求也日益提高，但 2020 年的疫情对居民可支配收入的提升形成了一定的阻力。根据国家统计局公布的数据，2020 年全国居民人均可支配收入 32,189 元，同比仅增长 4.70%。其中，城镇居民人均可支配收入 43,834 元，同比增长 3.5%；农村居民人均可支配收入 17,131 元，同比增长 6.9%。在疫情的冲击下，居民可支配收入增速虽然放缓，但居民对杀菌、消毒等类别的健康家居产品的重视程度日益提升。健康家居的市场需求增长也将带动家居企业在健康、安全、智能等方面升级产品品质，优化产品体验，进一步促进产品革新。随着三、四线城市及经济发达的县域乡镇居民可支配收入的提高，家居行业企业营销网络也将进一步下沉。

数据来源：国家统计局

（3）中国家电市场的发展状况

2020 年中国家电市场全品类零售额规模第四季度在前三季度整体下滑较大的基础上，力改颓势，实现正增长。根据奥维云网（AVC）数据显示，2020 年中国家电零售市场规模为 7,056 亿元，同比下降 11.3%；其中，中国家电市场全品类零售额规模 2020 年一季度同比下滑 38%。伴随国内疫情的有效控制，2020 年二、三季度其市场规模有了较大的回升，在第四季度实现了同比增长 3%。近年，家电市场全品类零售额整体规模虽然略有下滑，但是市场的变化也重塑了一部分消费习惯，带动了一些拥有健康、智能、集成等属性的产品需求的逆势增长。2021 年，在更加稳定、宽松的市场环境下，一些深耕技术研发、产品不断迭代升级的创新性家电企业将保持稳中向好的发展态势。

数据来源：奥维云网

（4）国内精装修市场的发展状况

2020 年，精装修市场下半年在房地产市场增长、各地精装修政策接连发布等因素推动下实现了市场规模整体回升。根据奥维云网（AVC）数据显示，2020 年地产精装修市场规模达 325 万套，同比仅下滑 0.2%。精装修市场的稳定发展带动了家居行业内提供集成化、快装化产品或者空间系统解决方案的市场需求持续释放。根据奥维云网近 5 年精装监测数据及拿地数据增长态势，去掉疫情特殊因素，加上国家环保政策、精装频繁发布政策驱动，预计未来两年将继续保持 25%的增速，2021 年预计超过 400 万套，2022 年预计超过 500 万套。市场空间巨大的精装修市场将进一步推动家居企业与房地产开发商间的战略协作，促进家居企业工程业务的增长；也将带动精装后市场定制化、品质化产品或空间系统解决方案等需求的增长，从而促进优质品牌家居企业市占率的稳步提升。

数据来源：奥维云网

（5）国内装饰装修市场的发展状况

2020 年，在居民可支配收入增长放缓、消费者行动受限等行业内外部因素影响下，我国国内装饰装修产值进一步下跌。根据国家统计局公布的数据，2020 年装饰装修产值 11,493.82 亿元，同比下滑 6.99%。行业的发展现状在加剧行业竞争的同时，也激发了行业内企业的技术创新、转型升级及运营模式革新。在“老旧小区改造”政策持续推出、消费升级等因素作用下，居民家内装饰装修的“旧改”、“局改”需求也将逐步释放，从而带动一批拥有个性化、集成化、快装化等产品优势的家居企业发展。

数据来源：国家统计局

3、行业的趋势

伴随科学技术的进步、居民对生活品质追求的提升、85 后 90 后成为家居建材行业的主流消费群体、产业链的衍生与拓展，行业“智能家居”、“个性化定制”、“全屋快装”、“数字化管理”、“健康家居”等趋势进一步凸显。

（1）智能家居趋势

伴随物联网、互联网、通信等行业软、硬件技术的发展，消费者对生活舒适性、安全性、便捷性等要求的提高，家居行业提供多品类产品组合、多应用场景一体化解决方案的企业日益增多，智能化趋势也日益明显。

（2）个性化定制趋势

随着 85 后、90 后成为家居行业的主流消费群体，他们对居住环境和品质的重视，对产品个性、健康、时尚等独特体验的追求，推动了定制家居需求的稳步增长。家居企业通过满足消费者的个性化需求，实现产品革新和业务拓展，从而赢得年轻消费群体的认可。

（3）全屋快装趋势

受装配式建筑市场快速发展、绿色环保装修政策持续推出等因素影响，装配式装修市场规模也得以快速壮大。相比传统家装模式中存在的产品供给不及时、装修流程多、施工繁琐、耗时长、整体效果不佳等不足，更快、更环保且可实现全屋快装的装配式装修获得了广大消费者的认可。家居企业通过快速设计、标准化产品模块的规模化生产、家居产品系列空间解决方案的提供、现场快速安装等方式，满足消费者“多、快、好、省”的装修需求。

（4）数字化管理趋势

在计算机、大数据、云计算等技术快速发展的背景下，企业通过构建数字化管理平台实现对企业供应链、生产流程、财务管理、线上与线下渠道、产品安装及服务等各个环节的数字化管理的趋势日益显现。2020 年，众多家居企业除了营销方式的数字化升级以外，更有通过构建数字化管理综合平台，实现大量经营数据的汇聚、收集、反馈与沉淀，帮助企业精细化管理、智能化生产、精准客户服务、数字化营销等，从而为客户创造更多的价值。

（5）健康家居趋势

家居行业与消费者的生活息息相关，受疫情影响，人们对健康家居产品的重视日益提升。为了解决家居环境中存在的潮湿、异味、发霉、细菌滋生等众多问题，更好的满足消费者对于健康家居的需求，家居行业企业进一步优化产品设计、提供包含健康属性的产品解决方案。健康家居趋势亦进一步促进了家居行业企业提升产品品质，从而扩大了健康家居产品的市场空间。

4、行业周期性、季节性和区域性特点

（1）行业周期性特点

公司所属行业与宏观经济发展状况、居民可支配收入水平及房地产市场繁荣程度有一定的相 关性。目前我国正处于消费升级阶段，家用电器及建筑装饰装修行业的整体市场容量仍然较大，市场需求相对稳定，故现阶段仍处于稳步发展期，周期性不明显。

（2）行业季节性特点

家居产品的销售量与家庭装修意愿相关度较高，受到我国传统消费习惯和节假日效应的影响，每年国庆节至春节前是国内家装的高峰时段，因此每年的三、四季度销售量相对更高，行业呈现 出一定的季节性特征。

（3）行业区域性特点

公司所属行业从消费端来看没有明显的区域性特点，但由于东部沿海等经济相对发达地区人 均可支配收入水平相对较高，因此消费量也相对较大；从制造端来看有一定的区域性特点，长江 三角洲与珠江三角洲地区，供应商资源丰富，物流体系发达，家居制造业产业集群效应较为明显，行业企业也多集中在这些地区。

5、公司所处行业地位

公司作为业内较早从事浴霸及集成吊顶产品研发、生产和销售的企业，始终注重产品功能研 发、设计和安全性等方面的投入，引领行业内产品质量标准，并多年在行业内保持领先地位。公司是全国工商联家具装饰业商会智能家居专委会副会长单位，中国建筑装饰装修材料协会天花吊 顶材料分会常务副会长，中国建筑装饰协会住宅部品产业分会副会长，中国建材市场协会集成墙面分会常务副会长、阳台高端定制协会常务副会长以及中国家用电器协会会员。公司获得的主要荣誉有：2020 年家居新零售品牌、第四届红顺奖暨首届中国家装产业创新大赛“顶墙集成空间应用设计 TOP10”、“红顺外观设计 TOP10”、“2020 消费者信赖十大家居品牌·智能类”；2020 年中国房地产供应商竞争力评选“竞争力十强（隔墙、吊顶材料）”，2020 年泛家居私域流量营销领军企业等。

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	2,575,711,461.93	1,854,943,377.80	38.86	1,636,647,508.98
营业收入	1,593,026,259.54	1,649,820,362.47	-3.44	1,684,405,887.30
归属于上市公司股东的净利润	188,898,972.82	267,631,447.96	-29.42	302,103,691.77
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	164,401,007.55	237,693,742.95	-30.83	278,397,210.22
归属于上市公司股东的净资产	1,777,043,326.29	1,188,259,885.63	49.55	988,783,043.31
经营活动产生的现金流量净额	252,962,655.52	295,965,304.02	-14.53	268,773,668.92
基本每股收益(元/股)	0.48	0.74	-35.14	0.84
稀释每股收益(元/股)	0.48	0.74	-35.14	0.84
加权平均净资产收益率(%)	11.21	25.04	减少 13.83 个百分点	34.62

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	124,399,874.52	474,434,364.11	425,722,667.12	568,469,353.79
归属于上市公司股东的净利润	-30,906,593.15	83,679,110.57	73,908,340.42	62,218,114.98
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-30,729,328.70	79,937,917.76	62,123,156.85	53,069,261.64
经营活动产生的现金流量净额	-212,637,452.52	116,180,740.94	124,806,689.32	224,612,677.78

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

□适用　√不适用

4 股东及股东情况

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

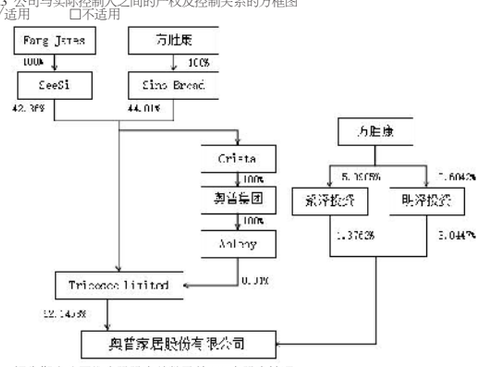
截止报告期末普通股股东总数(户)							12,563
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)							11,940
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)							不适用
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数(户)							不适用
前 10 名股东持股情况							
股东名称（全称）	报告期内增减	期末持股数量	比例(%)	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		股东性质
					股份状态	数量	
Tricosco Limited		248,589,449	62.1458	248,589,449	无		境外法人
舟山文泽投资管理合伙企业（有限合伙）		17,684,212	4.4209	17,684,212	无		境内非国有法人
PMT Holdings Limited		16,342,103	4.0854	16,342,103	无		境外法人
Zhejiang United Investment (HK) Limited		16,342,103	4.0854	16,342,103	无		境外法人
Heaven-sent Capital Apollo AP Company Limited		15,252,639	3.8131	15,252,639	无		境外法人
香港红星美凯龙全球家居有限公司		15,252,639	3.8131	15,252,639	无		境外法人
舟山明泽投资合伙企业（有限合伙）		12,179,290	3.0447	12,179,290	无		境内非国有法人
Sky Open Limited		6,536,838	1.6342	6,536,838	无		境外法人
舟山聚泽投资合伙企业（有限合伙）		5,504,922	1.3762	5,504,922	无		境内非国有法人
上海斐君投资管理中心（有限合伙）-嘉兴斐君永源投资管理合伙企业(有限合伙)		2,715,796	0.6789	2,715,796	无		境内非国有法人
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，Fang James 和方胜康为公司实际控制人，属于一致行动人，Fang James 通过 SeeSi Universal Limited 间接持有 Tricosco Limited 42.36%的股权，方胜康通过 Sino Broad Holdings Limited 间接持有 Tricosco Limited 44.01%的股权；方胜康通过舟山明泽投资合伙企业(有限合伙)间接持有奥普家居股份有限公司 0.0208%股权，通过舟山聚泽投资合伙企业（有限合伙)间接持有奥普家居股份有限公司 0.2188%股权，吴兴杰与方雯雯夫妇为实际控制人的一致行动人，方雯雯系方胜康之女，通过 Sino Virtue Global Limited 间接 持有 Tricosco Limited 6%的股权，通过舟山文泽投资管理合伙企业(有限合伙)间接持有奥普家居股份有限公司 0.0044%的股权；吴兴杰系方胜康之女婿，通过舟山文泽投资管理合伙企业(有限合伙)间接持有奥普家居股份有限公司 4.42%的股权，通过舟山明泽投资合伙企业（有限合伙）间接持有奥普家居股份有限公司 1.77%股权。舟山明泽投资合伙企业(有限合伙)、舟山聚泽投资合伙企业(有限合伙)的合伙人为公司部分董事、监事及高级管理人员。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

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

报告期内，2020 年度公司实现营业收入 15.93 亿元，较上年同期下降 3.44%；实现利润总额 2.25 亿元，较上年同期下降 27.53%；归属于上市公司股东净利润 1.89 亿元，较上年同期下降 29.42%；报告期末公司资产总额 25.76 亿元，较上年同期增加 38.86%；负债总额 7.56 亿元，资产负债率 29.34%，较上年期末降低 4.29 个百分点，归属于上市公司股东的股东权益总额 17.77 亿元，较上年同期增加 49.55%。

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

4.1 公司自 2020 年 1 月 1 日起执行财政部修订后的《企业会计准则第 14 号——收入》(以下简称新收入准则)。根据相关新旧准则衔接规定，对可比期间信息不予调整，首次执行日执行新准则的累积影响数追溯调整本报告期期初留存收益及财务报表其他相关项目金额。

(1) 执行新收入准则对公司 2020 年 1 月 1 日财务报表的主要影响如下：

项 目	资产负债表		
	2019 年 12 月 31 日	新收入准则调整影响	2020 年 1 月 1 日
预收款项	89,689,119.36	-89,486,552.67	202,566.69
合同负债		79,191,639.53	79,191,639.53
其他流动负债		10,294,913.14	10,294,913.14

(2) 对 2020 年 1 月 1 日之前发生的合同变更，公司采用简化处理方法，对所有合同根据合同变更的最终安排，识别已履行的和尚未履行的履约义务，确定交易价格以及在已履行的和尚未履行的履约义务之间分摊交易价格。采用该简化方法对公司财务报表无重大影响。

4.2 公司自 2020 年 1 月 1 日起执行财政部于 2019 年度颁布的《企业会计准则解释第 13 号》，该项会计政策变更采用未来适用法处理。

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

本公司将嘉兴奥普劲达厨卫科技有限公司、成都奥普博朗尼厨卫科技有限公司、上海奥普斯卫厨科技有限公司、嘉兴劲耀光电科技有限公司、成都劲启家居有限公司、中山劲启材料科技有限公司、浙江奥普家居有限公司和嘉兴奥普集成墙面有限公司 8 家子公司纳入本期合并财务报表范围，情况详见本财务报表附注。

证券代码：603551　　证券简称：奥普家居　　公告编号：2021-022

奥普家居股份有限公司 2020 年度利润分配方案的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

重要内容提示：

● 每股分配比例：每股派发现金红利 0.40 元（含税）。奥普家居股份有限公司(以下简称“公司”）本年度不进行资本公积转增股本，不送红股。

● 本次利润分配以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数，具体日期将在权益分派实施公告中明确。

● 在实施权益分派的股权登记日前公司总股本发生变动的，拟维持分配总额不变，相应调整每股分配比例，并将另行公告具体调整情况。

一、利润分配方案内容

经天健会计师事务所（特殊普通合伙）审计，截至 2020 年 12 月 31 日，公司实现归属于母公司所有者的净利润为人民币 188,898,972.82 元，期末可供分配利润为人民币 556,631,681.47 元。经董事会决议，公司 2020 年度拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数分配利润。本次利润分配方案如下：

公司拟向全体股东每 10 股派发现金红利 4.00 元（含税），截至本公告日，公司总股本 405,505,000.00 股，合计拟派发现金红利 162,202,000.00 元（含税）。本年度公司现金分红占公司 2020 年度合并报表归属于母公司所有者净利润的比例为 85.87%。公司 2020 年度不进行资本公积转增股本，不送红股。

如在本公告披露之日起至实施权益分派股权登记日期间，因可转债转股、回购股份、股权激励授予股份回购注销、重大资产重组股份回购注销等致使公司总股本发生变动的，公司拟维持分配总额不变，相应调整每股分配比例。如后续总股本发生变化，将另行公告具体调整情况。

二、公司履行的决策程序

（一）董事会会议的召开、审议和表决情况

公司于 2021 年 4 月 26 日召开第二届董事会第十次会议审议通过了《关于公司 2020 年度利润分配的议案》，同意本次利润分配方案并将该方案提交公司 2020 年年度股东大会审议。

（二）独立董事意见

独立董事认为：公司 2020 年度利润分配方案充分考虑了公司实际经营情况和当前资金需求情况，符合公司资金需求及公司长远发展的需要，不存在损害公司及股东利益的情形。本议案审议决策程序合法有效，符合《公司章程》及相关审议程序的规定。一致同意本次 2020 年度利润分配方案，并同意将此议案提交公司 2020 年年度股东大会审议。

（三）监事会意见

监事会认为：公司 2020 年度利润分配方案充分考虑了公司盈利情况、现金流状态及资金需求等各种因素，不存在损害中小股东利益的情形，符合公司经营现状，有利于公司的持续、稳定、健康发展。监事会同意本次利润分配方案并将该方案提交公司 2020 年年度股东大会审议。

三、相关风险提示

本次利润分配方案结合了公司发展情况、未来的资金需求等因素，不会对公司的经营活动现金流产生不利影响，也不会影响公司正常经营和长期发展。

本方案尚需提交公司 2020 年年度股东大会审议。

特此公告。

奥普家居股份有限公司董事会

二零二一年四月二十六日

证券代码：603551　　证券简称：奥普家居　　公告编号：2021-020

奥普家居股份有限公司 第二届董事会第十次会议决议公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

一、董事会会议召开情况

奥普家居股份有限公司(以下简称“公司”)第二届董事会第十次会议于 2021 年 4 月 16 日以电子邮件方式发出通知和会议材料，2021 年 4 月 26 日以现场方式召开。会议应出席董事 7 人，实际出席会议的董事 7 人，会议由董事长 Fang James 主持。本次董事会会议的召集、召开和表决程序符合有关法律、行政法规、部门规章、规范性文件和《公司章程》的规定。

二、董事会会议审议情况

本次董事会会议形成如下决议：

（一）审议通过了《关于公司 2020 年度总经理工作报告的议案》

表决结果：7 票同意，0 票反对，0 票弃权。

（二）审议通过了《关于公司 2020 年度董事会工作报告的议案》

具体内容详见公司同日披露于上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)的《奥普家居股份有限公司 2020 年度董事会工作报告》。

表决结果：7 票同意，0 票反对，0 票弃权。

（三）审议通过了《关于公司 2020 年年度报告及摘要的议案》

具体内容详见公司同日披露于上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)的《奥普家居股份有限公司 2020 年年度报告》，《奥普家居股份有限公司 2020 年年度报告摘要》。

表决结果：7 票同意，0 票反对，0 票弃权。

本议案尚需提交 2020 年年度股东大会审议。

（四）审议通过了《关于公司 2020 年度财务决算报告的议案》

具体内容详见公司同日披露于上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)的《奥普家居股份有限公司 2020 年度审计报告》。

表决结果：7 票同意，0 票反对，0 票弃权。

本议案尚需提交 2020 年年度股东大会审议。

（五）审议通过了《关于公司 2020 年度利润分配的议案》

具体内容详见公司同日披露于上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)的《奥普家居股份有限公司 2020 年度利润分配方案的公告》(公告编号：2021-022)。

表决结果：7 票同意，0 票反对，0 票弃权。

本议案尚需提交 2020 年年度股东大会审议。

（六）审议通过了《关于使用闲置自有资金进行现金管理的议案》

具体内容详见公司同日披露于上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)的《奥普家居股份有限公司关于以集中竞价交易方式回购股份的预案》(公告编号：2021-027)。

独立董事已对本议案发表明确同意的独立意见。

表决结果：7 票同意，0 票反对，0 票弃权。

（七）审议通过了《关于公司 2021 年度监事薪酬的议案》

根据行业状况和公司实际经营情况，公司拟订了 2021 年度公司监事薪酬方案：公司监事根据其在公司担任的具体管理职务，按公司相关薪酬与绩效考核管理制度领取薪酬。

公司监事薪酬按月发放，绩效薪酬根据公司考核方案考核后发放，因届次、改选、任期内辞职等原因离任的，按其实际任期计算并予以发放。

表决结果：

会议以 2 票同意，0 票反对，0 票弃权，审议通过了监事郭兰英女士 2021 年度的薪酬，监事郭兰英女士回避表决。

会议以 2 票同意，0 票反对，0 票弃权，审议通过了职工代表监事马钰女士 2021 年度的薪酬，职工代表监事马钰女士回避表决。

会议以 2 票同意，0 票反对，0 票弃权，审议通过了监事鲁华峰先生 2021 年度的薪酬，监事鲁华峰先生回避表决。

本议案尚需提交 2020 年年度股东大会审议。

（八）审议通过了《关于公司为董事、监事及高级管理人员购