

证券代码：002035

证券简称：华帝股份

公告编号：2018-004

# 华帝股份有限公司 2017 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 581,762,083 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 3.00 元（含税），送红股 2 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 3 股。

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	华帝股份	股票代码	002035
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	吴刚	王钊召	
办公地址	广东省中山市小榄镇工业大道南华园路 1 号	广东省中山市小榄镇工业大道南华园路 1 号	
电话	0760-22839177	0760-22839622	
电子信箱	wug@vatti.com.cn	wangzz@vatti.com.cn	

### 2、报告期主要业务或产品简介

#### (1) 主要业务及产品

公司主要从事研发、生产、销售以厨卫电器为主的厨房产品、卫浴产品、家用电器、整体厨房业务以及企业自有资产投资业务。公司的主要产品包括吸油烟机、灶具、热水器、洗碗机、壁挂炉、消毒柜、电蒸箱、电烤箱、蒸烤一体机、微波炉、空气净化器、净水器以及橱柜等。

## (2) 行业的发展情况及公司所处的行业地位

2017年，国内经济保持平稳发展，经济增长与质量、结构、效益相得益彰，国内生产总值达82.7万亿元，同比增长6.9%，居民收入同比增长7.3%。根据奥维云网数据显示，国内厨房电器市场规模为794亿元，同比增长14.3%，高于国内生产总值的增长速度，行业处于高速发展阶段。其中，吸油烟机市场规模为414.4亿元，同比增长9.7%，燃气灶市场规模为215.3亿元，同比增长8.1%，洗碗机市场规模为43.7亿元，同比增长达129.2%；另外，燃气热水器市场规模为3472.7亿元，同比增长14.7%。吸油烟机、燃气灶、热水器等主要厨卫电器品类仍处于快速增长阶段，且呈现品牌化、高端化、智能化、时尚化、嵌入式化、整体设计化等需求升级的趋势，以洗碗机、壁挂炉为代表的厨卫电器新品类则处于爆发式增长阶段，市场渗透率逐步提高，市场空间潜力巨大。另外，随着国家“区域协调发展战略”、“乡村振兴战略”、“一带一路”国际合作等重大战略方针的实施与发展，国内三四线城市和城镇乡村市场以及海外市场的空间将逐步打开，为国内厨电企业提供新的广阔的市场空间。

公司成立于1992年，经过26年的发展与积累，公司已成为行业内知名品牌及领先企业。随着国内行业新趋势的到来，公司前瞻性地实施品牌升级战略，明确定位于“高端智能厨电”，开启“二次创业”的征程。根据奥维云网数据显示，公司吸油烟机产品及灶具产品市场占有率多年位于行业前三，多种品类产品市场占有率位于行业前列。2017年，公司实现销售收入57.31亿元，同比增长30.39%，远高于行业平均增长速度，公司市场占有率进一步提升。

## 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：人民币元

	2017年	2016年	本年比上年增减	2015年
营业收入	5,730,696,745.31	4,395,036,328.15	30.39%	3,719,782,344.67
归属于上市公司股东的净利润	509,628,382.47	327,521,616.96	55.60%	207,724,264.58
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	490,810,300.26	309,995,718.35	58.33%	177,423,691.49
经营活动产生的现金流量净额	368,534,466.66	818,413,634.83	-54.97%	270,281,745.59
基本每股收益（元/股）	0.8802	0.5704	54.31%	0.3618
稀释每股收益（元/股）	0.8816	0.5704	54.56%	0.3618
加权平均净资产收益率	26.10%	20.22%	5.88%	13.90%
	2017年末	2016年末	本年末比上年末增减	2015年末
资产总额	4,210,485,308.94	3,593,298,595.69	17.18%	2,775,891,021.12
归属于上市公司股东的净资产	2,186,641,096.61	1,736,351,119.06	25.93%	1,526,477,342.84

### (2) 分季度主要会计数据

单位：人民币元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	1,155,947,527.32	1,551,656,667.38	1,375,523,192.28	1,647,569,358.33
归属于上市公司股东的净利润	77,140,925.23	158,654,950.72	75,889,765.65	197,942,740.87
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	70,508,968.30	158,372,543.99	73,491,679.33	188,437,108.64
经营活动产生的现金流量净额	-78,282,521.54	176,982,846.40	55,212,908.44	214,621,233.36

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	10,552	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	18,300	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	
石河子奋进股权投资普通合伙企业	境内非国有法人	13.86%	80,640,000		质押	31,968,000	
潘叶江	境内自然人	9.96%	57,948,157	43,461,117	质押	12,060,000	
招商银行股份有限公司—富国低碳环保混合型证券投资基金	其他	4.06%	23,616,157				
中国工商银行—汇添富成长焦点混合型证券投资基金	其他	3.61%	21,000,000				
米林县联动投资有限公司	境内非国有法人	3.34%	19,458,870				
杨建辉	境内自然人	2.59%	15,051,825	11,288,868	质押	4,900,000	
中国工商银行股份有限公司—汇添富蓝筹稳健灵活配置混合型证券投资基金	其他	1.80%	10,500,057				
中国工商银行股份有限公司—富国新兴产业股票型证券投资基金	其他	1.75%	10,171,964				
中国平安人寿保险股份有限公司—分红—一个险分红	其他	1.74%	10,098,189				
中国银行股份有限公司—嘉实研究精选混合型证券投资基金	其他	1.63%	9,453,661				
上述股东关联关系或一致行动的说明	潘叶江先生为公司董事长、实际控制人，持有公司股份，且持有奋进投资的财产份额，为奋进投资的执行事务合伙人。除前述之外，公司未知上述股东之间是否存在关联关系或属于一致行动人。						

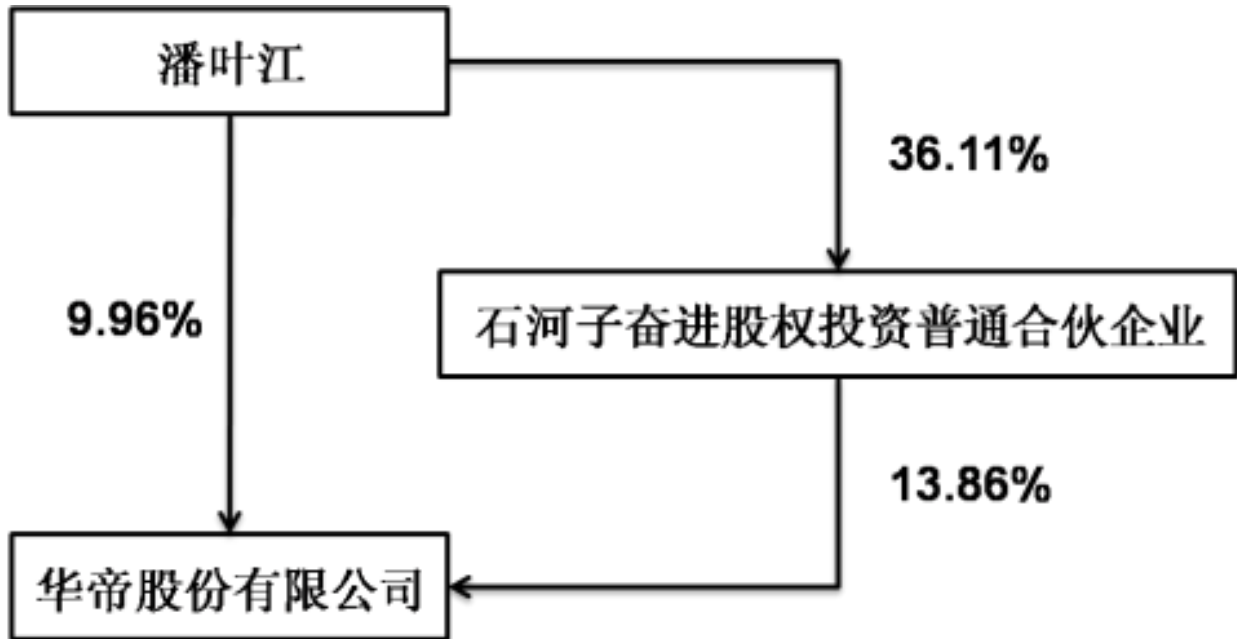
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	无
--------------------	---

(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



注：截止至报告期末。

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

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求  
否

2017年是公司跨越式发展年，公司二次创业进入了快车道。在“高端智能厨电”的战略定位下，公司统筹推进“创新变革、服务升级、品质提升、组织优化”，加强创新营销与区域精细化运营，改善渠道结构，深度挖掘市场需求；加快新品开发进度和推广力度，提高产品附加值；加强品质内建工作，全面提升产品质量，提升工艺制造水平；加快企业集团化、标准化、通用化建设步伐，持续提升企业成本管控能力和信息化协同能力；重塑企业核心价值观和企业文化，全面推动组织变革，塑造“高协同、高效率、高执行”组织。2017年度，公司实现营业收入57.31亿元，同比增长30.39%，实现归属于母公司股东净利润5.10亿元，同比增长55.60%。根据奥维云网数据显示，公司吸油烟机、灶具、热水器零售额分别同比增长20.3%、12.4%、

17.4%，零售量分别同比增长25.8%、17.2%、21.2%，线下均价分别同比增长18.9%、13.9%、14.7%。公司通过品牌转型的快速落地和高效执行，产品结构升级带动量价齐升。公司品牌力、产品力、渠道力持续提升，品牌、产品、渠道“三架马车”为公司长久发展提供强劲的驱动力。

公司2017年度主要工作成果及进展如下：

### （一）业绩高速增长，产品与渠道持续拓展与优化，核心竞争力进一步突显

2017年，公司营业收入按产品分类，主要产品实现营业收入情况见下表，在公司品牌升级战略及公司产品结构调整的趋势下，公司烟机、灶具、热水器等主力产品分别实现33.1%、33.7%、23.0%的同比高速增长。

渠道类别	营业收入（亿元）	同比	占总营业收入比例
烟机	23.2	33.1%	40.5%
灶具	16.7	33.7%	29.2%
热水器	10.1	23.0%	17.7%

按销售渠道分类，各渠道实现营业收入情况如下见下表，其中线下渠道占公司总营收的61.7%，实现23.6%的高速增长，电子商务渠道占营收比例已达22.4%，并仍处于高速发展阶段，同比增长达56.9%，工程渠道、海外渠道也分别实现20.8%及20.0%的同比增速，业绩稳步增长。

渠道类别	营业收入（亿元）	同比	占总营业收入比例
线下渠道	35.3	23.6%	61.7%
电子商务渠道	12.8	56.9%	22.4%
工程渠道	2.8	20.8%	5.0%
海外渠道	5.0	20.0%	8.8%

2017年度，公司加权平均净资产收益率26.10%，同比提升5.88个百分点，公司净资产运营效率持续提升；毛利率45.47%，同比提升2.94个百分点，产品竞争力进一步提升；净利率8.89%，同比提升1.44个百分点，降本增效初显成效，公司盈利能力进一步加强。

### （二）品牌活动多点开花，品牌效应日益显著

报告期内，华帝持续围绕“高端智能厨电”的品牌定位，聚焦年轻知富阶层，遵循品牌传播娱乐化和场景化的传播核心，以国内外时尚的年轻潮流文化为切入点，全力打造品牌的时尚化、科技化、国际化形象。

公司与央视一套及央视六套合作进行电视硬广投放，并与湖南卫视、江苏卫视等重点卫视开展《人间至味是清欢》《我们的挑战》《蒙面唱将猜猜猜第二季》等电视剧及综艺节目的植入合作，持续提升品牌影响力；在互联网及移动互联网上，开展与网易新闻、腾讯视频、优酷视频、爱奇艺等多平台的合作，并围绕《欢乐颂2》《军师联盟》《楚乔传》《美食告白记》等多个热门IP进行品牌植入，借助高人气及高收视的节目及趣味化品牌内容提升品牌在年轻群体中的认知度及美誉度。

公司以泛娱乐化为传播方向，与新世相等公众号共同推出《你的味道》系列短剧，与知名服装设计师胡社光共同策划“食·尚”华帝上海时装周，并联合游戏《核聚变》跨界游戏圈，深化与用户有效连接，提升在年轻群体中的品牌影响力，与“变形金刚”组成“智变联盟”，利用好莱坞强势IP的号召力输出华帝的科技感和智能感。另外，公司隆重召开华帝“倾城时光”品牌发布会，全新发布燃气热水器TA2及三体健康洗碗机新品，与时尚集团确立时尚合作战略，共同打造“智尚生活新标准”，并隆重签约新生代代言人赵丽颖、林更新。同时在全国一二线核心城市及二三线重点城市的机场、高铁站、高速、核心商圈、社区楼宇等进行广告投放；围绕目标人群的生活娱乐方式，在全国电影院线进行广告投放，覆盖资源点位超过10万+，强化区域品牌覆盖，累计覆盖曝光人数超10亿+人次。

### （三）继续增厚渠道资产，深化渠道改革，打造执行力与创造力双高的营销体系

#### 1、优化传统渠道，输出新形象

自2016年下半年开始，华帝高端、时尚的品牌形象开始在门店数量及面积上付诸实现。2017年，华帝在全国各地兴建新形象旗舰店，升级标准专卖店，发力KA渠道，倡导全国经销商全面提升“商业资产”，开大店、连锁渠道抢占更大更好展位。截至2017年末，全国200平米以上旗舰店已超百家，累计开设234家旗舰店，品牌旗舰店平均面积提升至184m<sup>2</sup>，辅之以更高的展示格调、更全的产品阵列以及更迎合年轻消费群的到店交互体验。通过旗舰店的门店输出、形象的转变，映衬产品高端化走位的调性。同时，整合了部分盈利能力较弱的专卖店和专柜店，全面优化升级现有标准专卖店，提高单店产出。继续进行渠道下沉，保持渠道门店稳定增长。截止2017年末，标准专卖店达2961家，标准专卖店平均面积提升至80m<sup>2</sup>以上。

## 2、提升电商供应链体系效率，依托互联网平台，实现电商业务快速增长

自2016年以来，华帝大力构建全面完善的市场渠道体系。通过“线上+线下”两手抓来深挖渠道，强化终端运营。2017年双11全天交易额同比增长93%。2017年销售收入12.8亿元，同比增长56.9%。根据奥维云网数据显示，2017年华帝电商渠道产品客单价同比提升15.41%，增速连续两年排名行业第一。

## 3、加大新渠道拓展，不断拓宽新零售通路，丰富异业合作

在传统零售渠道之外，针对近年来精装修地产厨卫需求迅速增长的外部环境，华帝积极布局，设立了专门的运营团队与恒大、中海、龙光等保持战略合作，进行集采对接，形成前置通路，更好的提升华帝的渠道盈利能力。2017年，新签约光大地产、红星美凯龙等地产战略客户8家。目前国内十强地产战略客户已合作7家。同时公司在家装渠道、橱柜渠道、互联网家装等渠道进行积极拓展。

### （四）持续加大研发投入，产品结构优化，竞争力稳步提升

2017年，公司加大研发力度，专利申请数量同比增长108%，专利授权数量增长32%。报告期内，公司实施全面产品战略升级，将智能化从单品延伸至系统化、全线化的发展新阶段。

#### 1、全新烟灶产品迭代升级，深挖产品价值

报告期内，公司在产品上快速切换，加速了产品更新的速度。随着“魔镜”系列油烟机、“魔碟”悬浮式燃气灶等一系列新产品的陆续推出，华帝的产品力得到明显的提升，更荣获2017年度“油烟机行业卓越品牌”奖。其中华帝魔碟灶设计颠覆业界，行业首创飞碟式翻转炉头，重新定义灶台空间，以灶具高端产品的身份，占领行业市场，其魔以出色的设计先后获得IDEA奖、红点奖、IF奖三大国际奖项和国内的红星设计奖金奖，以及2017年度“灶具行业畅销产品”奖；五档火力精控的华帝大火力精控灶荣获家电业奥斯卡“红顶奖”；华帝妈妈灶i10046B和华帝天镜烟机i11091两款产品荣获“中国创造产品”奖；华帝魔镜V2烟机，搭载智能语音控制交互功能，持续深挖产品价值，其荣获AWE艾普兰奖的“创新奖”及第三届中国整体厨房工业设计大赛“金勺之星奖”；明星产品i11083吸油烟机荣获2017年度“油烟机行业线上畅销产品”奖。

#### 2、燃气热水器产品全线换代，品质提升，积极布局供暖市场，培育增量市场

报告期内，公司重新梳理燃气热水器品牌价值，更新形象，共开发上市新品27款。2017年，在全世界范围内规格最高之一的IFA展上举办的“第十三届中国家用电器创新成果推介”会上，华帝凭借新品燃气热水器的优良专业制造技术与创新的品牌战略理念，斩获“年度技术创新成果”与“年度最具创新力家电品牌”两项大奖。燃气热水器TA2荣获2017年度中国家电磐石奖的“匠心产品之品质体验奖”，热水器Q16JS1荣获“中国好品质匠心奖”。根据奥维云网监测数据，2017年，华帝燃气热水器零售额市场份额同比提升1个百分点，均价同比提升15%。

### （五）加强品质管理，建立高效运营体系，售后服务持续优化，用户满意度不断提升

公司制定了布局优化、物流优化、生产自动化等方面的措施来推动制造升级，从源头提升产品工艺、品质，实现降本增效。2017年，通过优化生产组织、加强精细化管理，提高生产效率、降低组织成本、推进工艺改善、提升产品质量等有效措施，促进管理变革，管理效率提升35%，全面提升产品的市场竞争力；并通过成立模具车间，搭建专业的模具制造队伍，从源头提高产品品质；通过实施订单统筹评审、齐套生产组织模式、生产预防管理机制等生产管理模式，达到联动效果，订单准时交付率大幅提升。

2017年是华帝服务储备年，也是服务质量提升的一年。公司输出全新服务品牌“Vdo”，通过规模段与区域划分红黑榜，充分量化华帝全国经销商售后服务质量与成果。2017年，公司对中联保进行战略投资，借助中联保移动互联网优势整合全国家电服务工程师，加大对公司业务量的支持，为消费者提供全品类的第三方家电维修服务，提高公司的售后服务综合竞争力。报告期内，公司荣获中国商业联合会颁发的“全国售后服务行业十佳单位”奖项、中国家用电器服务维护协会颁发的“优秀企业奖”、“3·15消费者家电服务满意诚信企业奖”、“优质服务好口碑大拇指奖”及中国质量检验协会颁发的“2017年度全国产品和服务质量诚信示范企业”奖项。

### （六）实施长效激励机制，提升公司治理水平

公司不断优化组织管理，健全人才建设，重塑培养机制，并通过绩效改革、薪酬体系改革和职位职级体系的搭建，充分调动员工的积极性，实现公司和员工的共赢。2017年，公司实施人才兴企战略，从岗位优化设置，岗位分类和岗位评估入手，构建以岗位价值为核心的岗位职级体系，并整合绩效管理机制，改革薪酬管理模式，进一步拓宽了员工发展的通道，有效地激励员工提升自我，凸显“业绩更优，收入更高”的原则，加强员工内部间的良性竞争。同时，对优秀的研发类人才进行资源倾斜和专项激励，激发了研发人员的工作热情，提高研发效率，提升产品竞争力。

另一方面，华帝面向中高层管理人员及核心技术（业务）骨干推出了限制性股票激励计划，激励管理层与公司长期价值成长进行绑定，建立了公司中高层、核心骨干与公司全体股东长期利益一致的机制，公司治理进一步优化提升。

#### （七）双品牌运作，以全球战略视野，有效推动全球化业务布局与业务增长

2017年，百得紧紧围绕年度目标任务全面发力，以品牌突围、渠道突围、产品突围、终端突围的“大突围”战略贯穿全年度的经营方向，超额完成2017年度经营目标，实现营业收入12.5亿元，同比增长39.5%。截止2017年末，“百得”品牌拥有面积100平方以上旗舰店61家，专卖店1134家，KA卖场门店132家，乡镇网点3271家。

2017年，公司海外营销服务已经进入全球126个国家和地区，拥有341个海外合作伙伴。同时，俄罗斯分公司已正式成立，成为品牌国际化的一个重要战略支点，有效整合全球营销资源，加快自主品牌的国际化进程。2017年，海外业务实现营业收入5.0亿元，同比增长20.0%，品牌国际知名度逐步提升。

## 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
灶具	1,671,055,218.70	814,308,004.99	48.73%	33.66%	44.39%	3.62%
烟机	2,323,404,018.71	1,086,034,752.41	46.74%	33.14%	41.63%	2.80%
热水器	1,014,743,308.17	443,487,752.98	43.70%	22.96%	32.81%	3.24%

## 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

2017年度，公司实现营业收入5,730,696,745.31元，同比增长30.4%，实现归属于母公司股东净利润507,532,516.28元，同比增长55.1%，业绩取得大幅增长，主要原因是公司实施高端化智能化战略转型，产品结构调整，渠道资源增厚，毛利率稳步提升，同时公司管理效率提升，净利率持续提升，因此公司业绩实现大幅增长。

## 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

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

2017年2月，公司全资子公司沈阳粤华完成注销工商登记，因此沈阳粤华不再纳入合并范围；2017年6月，公司转让了原全资子公司华帝环境54.121%的股权，转让后其他股东对华帝环境进行增资，增资完成后公司对华帝环境的持股比例为30%，因此华帝环境从2017年1月1日起不再纳入公司合并范围。

**(4) 对 2018 年 1-3 月经营业绩的预计**

适用  不适用