

证券代码：002035

证券简称：华帝股份

公告编号：2016-049

# 华帝股份有限公司 2016 年半年度报告摘要

## 1、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读同时刊载于巨潮资讯网或深圳证券交易所网站等中国证监会指定网站上的半年度报告全文。

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	
电话	0760-22839177	0760-22839622	
传真	0760-22839256	0760-22839256	
电子信箱	wug@vatti.com.cn	wangzz@vatti.com.cn	

## 2、主要财务数据及股东变化

### (1) 主要财务数据

公司是否因会计政策变更及会计差错更正等追溯调整或重述以前年度会计数据

是  否

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	2,077,027,668.74	1,765,449,973.09	17.65%
归属于上市公司股东的净利润（元）	154,492,541.72	111,216,060.50	38.91%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	147,119,040.68	93,228,002.95	57.81%
经营活动产生的现金流量净额（元）	276,919,070.89	39,763,358.98	596.42%
基本每股收益（元/股）	0.43	0.310	38.71%
稀释每股收益（元/股）	0.43	0.310	38.71%
加权平均净资产收益率	9.78%	7.33%	2.45%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
总资产（元）	2,926,635,942.19	2,775,891,021.12	5.43%
归属于上市公司股东的净资产（元）	1,537,720,763.76	1,526,477,342.84	0.74%

### (2) 前 10 名普通股股东持股情况表

报告期末普通股股东总数	11,307				
前 10 名普通股股东持股情况					
股东名称	股东性质	持股比例	持普通股数	持有有限售条件的普通股数量	质押或冻结情况

			量		股份状态	数量
石河子九洲股权投资有限合伙企业	境内非国有法人	17.42%	62,513,789			
石河子奋进股权投资普通合伙企业	境内非国有法人	14.04%	50,400,000		质押	42,170,000
潘叶江	境内自然人	5.73%	20,575,440	15,431,580	质押	7,600,000
米林县联动投资有限公司	境内非国有法人	3.39%	12,161,794			
李苗颜	境内自然人	2.28%	8,178,403			
中国工商银行—汇添富成长焦点混合型证券投资基金	其他	2.23%	8,000,051			
恒大人寿保险有限公司—万能组合 B	其他	2.19%	7,844,047			
中国银行股份有限公司—嘉实研究精选股票型证券投资基金	其他	2.14%	7,691,571			
全国社保基金—零一组合	其他	2.08%	7,481,361			
中国人寿保险(集团)公司—传统—普通保险产品	其他	1.99%	7,133,371			
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，且持有奋进投资和九洲投资的股份。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					

**(3) 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。

**(4) 控股股东或实际控制人变更情况**

控股股东报告期内变更

适用  不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

适用  不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

**3、管理层讨论与分析**

根据中怡康数据，2016年1-6月厨卫产品零售规模为866亿元，同比增长12.6%。行业产品整体呈现的

特点是传统厨电稳步增长，新兴品类持续放量，整体高端趋势不变。

华帝在经历了2015年的一系列变革和调整优化之后，公司内部经营管理各个板块的工作效率和效果均有不同程度的提升，经营业绩稳定增长。报告期内，公司实现营业收入2,077,027,668.74元，同比增长17.65%；归属于母公司所有者的净利润154,492,541.72元，同比增长38.91%。报告期内具体工作主要体现在以下几个方面：

在营销管理方面，推动营销和渠道的精细化管理，将销售服务前移，增加一线市场销售管理力量，加强对经销商的培训及帮扶，同时重新梳理重点构造品牌传播、营销与产品开发之间的协同性，提高新产品对应市场需求的精准性。渠道方面公司持续加快专卖店建设步伐。2016年上半年新增标准专卖店255家，乡镇网点164家，社区网点103家，进一步拓展了销售区域。同时为了配合“高端智能”厨电发展战略，公司有步骤的对终端门店进行升级改造，对新建门店一律启用新的终端形象，并分批次对部分现有门店进行改造，新终端形象从环境上，提供更贴近消费者关怀和舒适的终端购物环境，从内容上，更多科技手段的加入和使用，为消费者提供更高的直观感受及真实体验。截止报告期已有135家新高端形象的终端门店；其次，线上渠道各大平台均实现高速增长，除了与京东商城、天猫商城、国美在线、苏宁易购等平台开展合作，公司还自建官方购物网站，并大力发展天猫专卖店和C店，多个平台整体取得了96.78%的快速增长。工程渠道方面，进一步加强与战略客户的合作及新客户的开发。继续与中海地产、恒大地产、阳光100、广州地铁、合景泰富、龙光地产等战略客户达成合作，并与珠江城投、荣盛地产等签订战略合作协议，与广州钛格、珠海昌弘等形成工程代理合作。报告期内同比增长216.19%。

在产品生产方面，公司在生产、采购、工艺、品质等多方面进行优化改革，采取有效措施提高各项工作效率。生产上重点完成了原材料定额优化、费用控制、不锈钢工艺提升、供应链的一体联动、准时化采购推进、积压库存处理等多项工作，使生产效率、库存周转天数、订单入库率、费用率等主要指标都有明显优化。加强对供应商的筛选、考核和管理，供应商的质量及其供货质量都有了较大的提升；品质管理上进一步优化管控方式，品质检测方法更科学、结果更真实全面，保障了产品出厂的有效把关。

在品牌上，公司品牌价值从中低价值向中高价值发展，品牌形象从传统形象向年轻科技时尚转变，产品定位从传统产品向高端智能产品迈进。全新的品牌主张“智慧+更爱家”，向消费者传达更明确的品牌价值观。将人工智能打造成品牌基因，树立Vatti高价值品牌力，提升产品的购买信心。重塑品牌年轻化，在年轻消费群体中建立品牌知名度与美誉度。确定全新品牌策略指引，明确品牌定位、主张和个性，规范视觉系统指引、行为规范及理念系统指引。统一企业形象，指引终端，制定专业新VI规范，融合企业形象与产品展示位一体，打造综合体验平台。报告期内，以华帝人工智能机器人作为传播核心，强势联动滴滴出行合作，在社交网络媒体进行线上扩散传播，进行线上+线下的整合传播，推进华帝品牌智能化布局。同时，配合公司2016年重点销售区域，在核心商业区域开展华帝大品牌形象的传播，提高品牌知名度及美誉度，提高华帝的市场影响力，推动销售业绩达成。

在研发上，从产品技术升级换代、新材料新技术新工艺应用、创新形态等三个维度进行规划和开展研发工作。2016年上半年，依据“上市一代、开发一代、储备一代”的基本思路持续开展产品线规划，积极响应公司高端智能化的战略定位，产品规划朝着高端化、智能化的方向开展工作，提升工艺制造方面的策划水平，规划了新一代烟机系列、魔镜烟机降配系列、悬浮灶系列、全新外观聚能灶及大气灶系列、大升数燃气热水器系列等。在品类投入方面，加大对燃气热水器、电热水器的策划力度，通过在产品概念优化升级、产品系列升级等多方面提升产品策划效果，推动这两个品类在市场规模、产品竞争力的“双提升”。报告期内，共计上市新产品60款，新产品的上市改善了过往老旧机型主销的局面，产品结构优化明显提升。2016年，公司荣获“2015年度省政府质量奖”、“2015-2016年度中国高端家电红顶奖”等奖项，并作为“中国品牌走进联合国”活动中唯一中国厨电企业代表进驻联合国，荣登国际舞台，彰显华帝作为中国厨电领先企业的品牌实力。

#### 4、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

本期合并范围增加二家间接持有的子公司，系通过新设企业合并增加的间接控股子公司：中山百得电子商务有限公司、中山百得网络科技有限公司。

**(4) 董事会、监事会对会计师事务所本报告期“非标准审计报告”的说明**

适用  不适用