



广东省宜华木业股份有限公司

2013 年年度报告摘要

一、重要提示

1.1 本年度报告摘要摘自年度报告全文，投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读同时刊载于上海证券交易所网站等中国证监会指定网站上的年度报告全文。

1.2 公司简介

| | | | |
|----------|-----------------|------------------|--------|
| 股票简称 | 宜华木业 | 股票代码 | 600978 |
| 股票上市交易所 | 上海证券交易所 | | |
| 联系人和联系方式 | 董事会秘书 | 证券事务代表 | |
| 姓名 | 刘伟宏 | 陈筱薇 | |
| 电话 | 0754-85100989 | 0754-85100989 | |
| 传真 | 0754-85100797 | 0754-85100797 | |
| 电子信箱 | liuwh@yihua.com | chenxw@yihua.com | |

二、主要财务数据和股东变化

2.1 主要财务数据

单位：元 币种：人民币

| | 2013 年(末) | 2012 年(末) | 本年(末)比 上年(末)增 减(%) | 2011 年(末) |
|------------------------|------------------|------------------|--------------------------|------------------|
| 总资产 | 8,625,244,226.56 | 7,978,612,272.38 | 8.10 | 7,130,577,549.71 |
| 归属于上市公司股东的净资产 | 4,665,348,997.20 | 4,346,316,259.97 | 7.34 | 4,092,827,819.12 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 670,301,996.58 | 538,610,269.81 | 24.45 | 452,842,190.91 |
| 营业收入 | 4,090,954,666.47 | 3,347,668,236.06 | 22.20 | 2,693,197,803.25 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 410,535,408.83 | 301,585,885.25 | 36.13 | 250,599,192.82 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 408,267,218.85 | 308,762,930.08 | 32.23 | 257,428,244.91 |
| 加权平均净资产收益率(%) | 9.13 | 7.16 | 增加 1.97 个百分点 | 6.25 |
| 基本每股收益(元/股) | 0.36 | 0.26 | 38.46 | 0.22 |
| 稀释每股收益(元/股) | 0.36 | 0.26 | 38.46 | 0.22 |



三、管理层讨论与分析

3.1 董事会关于公司报告期内经营情况的讨论与分析

1、总体形势

2013 年，世界经济仍处于调整与变革中，工业生产和贸易疲弱，金融市场持续波动，世界经济增速缓慢。其中，发达国家增长动力略有增强，发展中国家困难增多。从国内看，随着一系列扩内需政策措施逐步落实到位并发挥成效，经济发展基本态势、国内宏观调控环境总体趋好，经济运行总体平稳。

2013 年，我国家具和地板产业进入新一轮的转型期，机遇与挑战并存。行业产业结构调整步伐加大，主动性调整作用加强，行业经济运行质量稳中有升，受经济转型、居民消费结构升级及消费层次的提高，收入增加等多方因素影响，家具消费景气正处于上升周期。另一方面，仍面临着国外贸易保护、技术壁垒、原木出口限制，国内原材料与人工等成本上涨、市场竞争激烈、环保政策压力等种种不利因素的影响，企业生产经营仍然面临较多困难。2013 年，家具行业规模以上企业达 4,716 家，实现主营业务收入 6,462.8 亿元，同比增长 14.3%；实现利润总额 403.9 亿元，同比增长 14%，比重主要集中在广东、浙江、山东、福建、河南、江苏等地区。（以上数据来源于中国家具协会）

2、公司主要经营指标及分析

2013 年，面对错综复杂多变、多种不确定因素交织存在的国内外环境，公司审时度势，全面进行战略性转型升级，上游整合资源，中游提高协同效应，下游抓品牌建设及渠道拓展，各项工作顺利推进，经营业绩实现了稳步提升。

报告期内，公司实现营业收入 409,095.47 万元，比 2012 年增长 22.20%；实现净利润 41,053.54 万元，比 2012 年增长 36.13%；实现出口 5.6296 亿美元，比 2012 年增长 19.68%。

3、2013 年取得的主要成绩及分析

(1) 出口订单增加，外销业绩喜人。

2013 年，随着美国房地产市场的复苏及公司产品的不断创新，公司持续巩固美国西部市场份额的基础上，加强客户关系维护及业务拓展，完善售后服务体系，加大力度拓展美国东部市场，并不断渗透延伸海外销售网络，深化与海外经销商及客户的合作关系，进一步拓展非美地区的出口业务，使得全年的订单量持续增加。

(2) 电商助力，内销市场发展飞速。

2013 年，在原有北京、上海、广州、汕头等 8 家“宜华家居体验馆”基础上，大连、深圳体验馆相继开业。公司加快推进“体验馆+专卖店”国内市场营销模式，以体验馆为核心，以点带面辐射周边区域经销商，完善国内营销网络布局，打造“体验+互动+销售+配送”立体营销体系。同时，与大型地产商深度合作，大力拓展工程订单，使其成为内销新亮点和主要增长点之一。



另外，通过联手腾讯建立微信营销，建设宜华家居微信应用平台，打造“O2O”电子商务模式，实现消费者从产品选购、体验、互动、订购的线上线下一体化服务模式，丰富公司精准化营销手段，从而优化公司的业务模式，促进新渠道发力，助力内销市场飞速发展。

(3) 丰富产品线，提高设计能力和工艺开发能力

2013 年，公司丰富产品结构，加强设计研发的投入，提高自主创新能力，进一步提高产品的附加值。报告期内，根据国内市场的需求，推出、完善自然绿色环保并有极高文化底蕴的两大家具产品系列：奥古曼中式现代新品“加蓬榄逸”系列和“木韵尚品”系列 350 余款。同时，公司同国内同行业知名企业进行战略合作，利用各自优势产品进行合作互补，使公司旗下产品将更加多元化，提高品牌竞争力。

(4) 强化资源整合，掌控上游林木资源，深化“产业链一体化发展战略”。

公司以家具制造业务为核心，积极稳健推进产业链整合，拥有梅州大埔、江西遂川等林业基地，并在俄罗斯、南美洲、东北等林区建立了稳定的原材料供应基地。

报告期内完成非洲加蓬约 35 万公顷林地收购项目，既保证了公司原材料的稳定供应及成本控制，也极大提高公司的木材自给率，提升公司的可持续发展能力。

(5) 品牌形象建设等领域取得多项荣誉。

报告期内，公司获颁“出口免验证书”。“出口免验”是国家对出口产品实施的一项最便利、最优惠的检验监管制度，代表出口领域国家质量最高荣誉；

报告期内，公司荣获 2010-2011 年度国家级“守合同重信用”企业。这是对公司合同信用状况的最高级评定，标志着公司诚信品牌建设又迈上了一个新台阶。报告期内，国家人社部、全国博士后管理委员会审批通过，公司获设“博士后科研工作站”。博士后科研工作站的建立，使宜华的发展迈上一个新的台阶，将有利于公司搭建更好的科研平台和人才摇篮，吸引更多高层次人才入驻，从而推动公司的长远发展。

另外，公司还获得“2012 年度中国轻工业百强企业”、“2013 年中国上市公司最具社会责任感企业”、“金紫荆奖--最具社会责任感上市公司”、“2013 广东上市公司最具竞争力 10 强”等多项荣誉。

(6) 继续加大与国内知名科研机构、高校的产学研战略合作，知识产权硕果累累。

2013 年，公司继续加大与中国林科院木材工业研究所、南京林业大学、中南林业科技大学等国内知名科研机构、高校的产学研战略合作，并有了具体的产学研项目，今年公司相继展开了木制品漆膜封闭性研究与应用等 19 个项目的合作。

通过内部立项和产学研活动，公司在知识产权方面迅速发展，硕果累累。在 2013 年，共获得发明专利 2 项，实用新型专利 16 项，外观设计专利 4 项。



3.1.1 主营业务分析

1、利润表及现金流量表相关科目变动分析表

单位：元 币种：人民币

| 科目 | 本期数 | 上年同期数 | 变动比例（%） |
|---------------|------------------|-------------------|---------|
| 营业收入 | 4,090,954,666.47 | 3,347,668,236.06 | 22.20 |
| 营业成本 | 2,799,532,145.87 | 2,328,396,693.49 | 20.23 |
| 销售费用 | 263,397,394.75 | 235,480,049.07 | 11.86 |
| 管理费用 | 216,175,088.48 | 172,588,227.80 | 25.25 |
| 财务费用 | 284,362,570.52 | 192,952,276.40 | 47.37 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 670,301,996.58 | 538,610,269.81 | 24.45 |
| 投资活动产生的现金流量净额 | -269,502,475.55 | -1,228,749,653.34 | 不适用 |
| 筹资活动产生的现金流量净额 | 193,241,911.56 | 89,241,414.43 | 116.54 |
| 研发支出 | 120,016,730.91 | 103,502,072.70 | 15.96 |

2、收入

(1)驱动业务收入变化的因素分析

报告期内公司实现主营业务收入 408,512.65 万元，较上期增长 22.22%，其主要原因是产品销售数量及结构的变化影响收入增加 33.68%，受产品销售价格的变化影响收入下降 11.46%。

(2)以实物销售为主的公司产品收入影响因素分析

报告期内公司生产地板总量 20,309.5201 立方，较上期增长 9.96%；销售地板总量 18,759.3966 立方，较上期增长 25.52%；实现地板销售收入 34,772.30 万元，较上期增长 38.96%，其中受销售数量及结构的变化影响使地板销售收入增加 6,385.40 万元，受销售价格的变化影响使地板销售收入增加 3,363.25 万元；地板销售成本为 25,157.06 万元，较上期增长 46.55%，其中受销售数量及结构的变化影响使地板销售成本增加 4,380.26 万元，受单位成本上升的变化影响使销售成本增加 3,611.04 万元。

报告期内公司生产家具总量 918,661 套(件)，较上期增长 23.39%；销售家具总量 851,183 套（件），较上期增长 33.87%；实现家具销售收入 373,635.76 万元，较上期增长 20.85%，其中受销售数量及结构的变化影响使家具销售收入增加 104,718.01 万元，受销售价格的变化影响使家具销售收入减少 40,258.47 万元；家具销售成本为 254,631.54 万元，较上期增长 18.09%，其中受销售数量及结构的变化影响使家具销售成本增加 73,031.43 万元，受单位成本下降的变化影响使销售成本减少 34,022.61 万元。

(3)主要销售客户的情况

公司 2013 年度销售额前五名客户销售收入总计为 1,715,275,768.68 元，占该期间主营业务收入的 41.99%。



3、成本

(1)成本分析表

单位：元

| 分行业情况 | | | | | | |
|-------|--------|------------------|--------------|------------------|----------------|-------------------|
| 分行业 | 成本构成项目 | 本期金额 | 本期占总成本比例 (%) | 上年同期金额 | 上年同期占总成本比例 (%) | 本期金额较上年同期变动比例 (%) |
| 木制品 | 木制品成本 | 2,798,507,485.84 | 100.00 | 2,328,294,722.49 | 100.00 | 20.20 |
| 分产品情况 | | | | | | |
| 分产品 | 成本构成项目 | 本期金额 | 本期占总成本比例 (%) | 上年同期金额 | 上年同期占总成本比例 (%) | 本期金额较上年同期变动比例 (%) |
| 家具 | 直接材料 | 2,030,567,804.77 | 72.56 | 1,704,696,372.16 | 73.23 | 19.12 |
| 家具 | 直接人工 | 106,417,721.84 | 3.80 | 90,775,744.44 | 3.90 | 17.23 |
| 家具 | 制造费用 | 409,329,878.46 | 14.63 | 360,755,052.86 | 15.49 | 13.46 |
| 地板 | 直接材料 | 216,687,078.99 | 7.74 | 134,335,423.67 | 5.77 | 61.30 |
| 地板 | 直接人工 | 13,479,599.01 | 0.49 | 12,608,939.23 | 0.54 | 6.91 |
| 地板 | 制造费用 | 21,403,912.67 | 0.76 | 24,713,217.58 | 1.06 | -13.39 |
| 原木 | 直接材料 | 243,574.89 | 0.01 | 240,055.60 | 0.01 | 1.47 |
| 原木 | 直接人工 | 336,150.00 | 0.01 | 58,746.31 | 0.00 | 472.21 |
| 原木 | 制造费用 | 41,765.21 | 0.00 | 111,170.64 | 0.00 | -62.43 |

(2)主要供应商情况

公司 2013 年度前五名供应商的采购金额总计为 354,464,999.47 元，占该期间采购总额比例为 13.86%。

4、费用

单位：元 币种：人民币

| 项目 | 本期金额 | 上期金额 | 增减金额 | 增减比例 (%) |
|--------|----------------|----------------|---------------|----------|
| 财务费用 | 284,362,570.52 | 192,952,276.40 | 91,410,294.12 | 47.37 |
| 资产减值损失 | -1,554,339.56 | 4,917,581.39 | -6,471,920.95 | -131.61 |
| 营业外收入 | 8,652,128.20 | 3,325,191.23 | 5,326,936.97 | 160.20 |
| 营业外支出 | 5,410,411.68 | 11,377,300.07 | -5,966,888.39 | -52.45 |

(1)财务费用：增加的原因主要系融资费用和汇兑损失增加所致。

(2)资产减值损失：减少的原因主要系公司计提坏账准备冲回所致。

(3)营业外收入：增加的原因主要系公司收到的政府补助增加所致。

(4)营业外支出：减少的原因主要系公司捐赠款项减少所致。



5、研发支出

(1)研发支出情况表

单位：元

| | |
|------------------|----------------|
| 本期费用化研发支出 | 120,016,730.91 |
| 研发支出合计 | 120,016,730.91 |
| 研发支出总额占净资产比例（%） | 2.57 |
| 研发支出总额占营业收入比例（%） | 2.93 |

(2)情况说明

报告期内广东省宜华木业股份有限公司及下属子公司梅州市汇胜木制品有限公司被认定为高新技术企业，并获发了《高新技术企业证书》。根据《高新技术企业认定管理办法》和《高新技术企业认定管理工作指引》的规定，公司分别对研究开发费用，按照高新技术企业的要求设置了研究开发费用辅助核算账目，对包括直接研究开发活动和可以计入的间接研究开发活动所发生的费用进行了分类和归集。其中广东省宜华木业股份有限公司 2013 年研发支出总计 10,323.87 万元，占营业收入的 3.18%；梅州市汇胜木制品有限公司 2013 年研发支出总计 1,182.07 万元，占营业收入的 3.10%。

6、现金流

单位：元 币种：人民币

| 项目 | 本期金额 | 上期金额 | 增减金额 | 增减比例（%） |
|---------------|-----------------|-------------------|----------------|---------|
| 经营活动产生的现金流量净额 | 670,301,996.58 | 538,610,269.81 | 131,691,726.77 | 24.45 |
| 投资活动产生的现金流量净额 | -269,502,475.55 | -1,228,749,653.34 | 959,247,177.79 | 不适用 |
| 筹资活动产生的现金流量净额 | 193,241,911.56 | 89,241,414.43 | 104,000,497.13 | 116.54 |

(1)经营活动产生的现金流量净额：增加的原因主要系公司收到出口退税款增加所致。

(2)筹资活动产生的现金流量净额：增加的原因主要系公司发行短期融资券所致。

**3.1.2 行业、产品或地区经营情况分析**

1、主营业务分行业、分产品情况

单位：元 币种：人民币

| 主营业务分行业情况 | | | | | | |
|--------------|------------------|------------------|------------|----------------------|----------------------|---------------------|
| 分行业 | 营业收入 | 营业成本 | 毛利率 (%) | 营业收入 比上年增 减(%) | 营业成本 比上年增 减(%) | 毛利率比 上年增减 (%) |
| 木制品生 产与销售 | 4,085,126,425.63 | 2,798,507,485.84 | 31.50 | 22.22 | 20.20 | 增加 1.16 个百分点 |
| 主营业务分产品情况 | | | | | | |
| 分产品 | 营业收入 | 营业成本 | 毛利率 (%) | 营业收入 比上年增 减(%) | 营业成本 比上年增 减(%) | 毛利率比 上年增减 (%) |
| 家具 | 3,736,357,589.73 | 2,546,315,405.07 | 31.85 | 20.85 | 18.09 | 增加 1.59 个百分点 |
| 地板 | 347,722,950.36 | 251,570,590.67 | 27.65 | 38.96 | 46.55 | 减少 3.75 个百分点 |
| 原木 | 1,045,885.54 | 621,490.10 | 40.58 | 198.82 | 51.59 | 增加 57.72 个百分点 |

2、主营业务分地区情况

单位：元 币种：人民币

| 地区 | 营业收入 | 营业收入比上年增减(%) |
|----|------------------|--------------|
| 内销 | 608,545,634.14 | 54.48 |
| 外销 | 3,476,580,791.49 | 17.91 |

3.1.3 资产、负债情况分析

1、资产负债情况分析表

单位：元

| 项目名称 | 本期期末数 | 本期期末数 占总资产的 比例 (%) | 上期期末数 | 上期期末数 占总资产的 比例 (%) | 本期期末金 额较上期期 末变动比例 (%) |
|---------|------------------|--------------------------|----------------|--------------------------|--------------------------------|
| 货币资金 | 1,433,888,095.58 | 16.62 | 959,028,054.11 | 12.02 | 49.51 |
| 预付账款 | 378,621,198.47 | 4.39 | 286,475,359.93 | 3.59 | 32.17 |
| 其他应收款 | 33,095,697.09 | 0.38 | 107,151,568.72 | 1.34 | -69.11 |
| 无形资产 | 1,010,652,772.45 | 11.72 | 658,291,074.34 | 8.25 | 53.53 |
| 长期待摊费用 | 3,057,100.33 | 0.04 | 5,109,722.22 | 0.06 | -40.17 |
| 递延所得税资产 | 34,975,952.26 | 0.41 | 25,654,861.36 | 0.32 | 36.33 |
| 应付票据 | 126,948,750.72 | 1.47 | 189,460,337.20 | 2.37 | -32.99 |
| 预收账款 | 38,790,822.53 | 0.45 | 73,143,800.52 | 0.92 | -46.97 |
| 应付职工薪酬 | 22,132,819.53 | 0.26 | 15,618,393.77 | 0.20 | 41.71 |



| | | | | | |
|------|---------------|------|---------------|------|-------|
| 应付利息 | 25,634,902.20 | 0.30 | 19,222,159.85 | 0.24 | 33.36 |
|------|---------------|------|---------------|------|-------|

(1)货币资金：增加的原因主要系随着公司业务规模的增长，公司营运资金相应增加所致。

(2)预付账款：增加的原因主要系随着公司业务规模的增长，公司预付采购款相应增加所致。

(3)其他应收款：减少的原因主要系公司本期及时收回出口退税所致。

(4)无形资产：增加的原因主要系公司在建工程转入所致。

(5)长期待摊费用：减少的原因主要系公司本期专卖店装修费摊销完毕所致。

(6)递延所得税资产：增加的原因主要系公司依会计准则计提递延所得税所致。

(7)应付票据：减少的原因主要系公司支付到期银行承兑票据所致。

(8)预收账款：减少的原因主要系公司本期以预收方式结算货款减少影响所致。

(9)应付职工薪酬：增加的原因主要系公司随生产经营规模的扩大，人工成本相应增加所致。

(10)应付利息：增加的原因主要系公司银行借款及短期融资券增加所致。

3.1.4 核心竞争力分析

目前，家具市场竞争激烈，在整个家具行业中，公司的市场占有率居行业前列，出口优势明显。公司经过多年发展所形成的竞争优势是本公司持续发展的保证，这些优势主要包括：

1、品牌优势

公司在海外市场以自有品牌销售，系国内为数极少的使用自有品牌出口的木制品制造企业，从而使公司在与国内企业的出口竞争中具有明显优势，极大地增强了海外经销商对公司的依存度，提高了公司的议价能力，有利于公司市场地位的巩固和扩大。同时，公司以品牌为导向，走品牌引领产业发展的道路，为全面实施发展、提高核心竞争力奠定保障。

2、资源优势

公司资源优势明显：拥有梅州大埔、江西遂川、非洲加蓬等林地资源，总面积超过 500 万亩，既有利于公司原材料供应的稳定、降低成本，也极大提高公司的木材自给率。公司依托自身丰富的原材料资源优势，为可持续发展赢得了资源保障和盈利先机，为全面实施发展、提高核心竞争力奠定双重保障。

3、产品优势

公司的产品类型和结构持续丰富，具有多风格、多系列、高性价比等特点，覆盖实木欧式家具、厨房家具、儿童家具、酒店家具、木地板、木门窗等多系列品种，满足不同人群的需求。同时，根据国内外人们的消费习惯和审美观念，对现有的产品进行改善，注重产品研



发和创新,加大对产品的开发投入、设计、品牌建设、绿色环保的投入,突出自身产品特色,避免同质化的竞争,提高产品的技术含量和附加值,在性价比和品牌溢价上彰显优势。公司依托产品多样化优势,为企业飞速发展、提高核心竞争力提供重要支撑。

4、技术优势

公司拥有"回旋干燥法"、"木材节能环保干燥技术的集成创新与产业化"、"次小薪材用于实木家具制造的增值技术及产业化"等国内领先水平技术,形成多项技术研发成果,已拥有一种耐候多层复合木地板的生产方法、一种木材回旋干燥方法、一种重蚁木地板的上漆工艺方法等多项发明专利。公司技术优势明显,为产品的质量和性能提供了可靠的保障,成为企业发展、提高核心竞争力的另一重要支撑点。

5、生产优势

公司实施精益化生产管理,采用家具+地板的产品模式,注重木材的综合利用,并通过技术革新及先进技术的运用,显著提高木材的综合利用率;使用"回旋干燥法",保证产品的含水率符合品质要求;提升了产品的质量和品质。增加先进设备的配置和实施 ERP 管理,有效控制过程产品的质量,提高产品合格率,生产效率远高于同行业水平,从而促进企业核心竞争力的进一步提高。

6、设备优势

从德国、台湾等国家和地区引进各类先进设备,进一步提升公司的劳动生产率和产品质量,促使公司具备规模化生产能力;使用国外先进流水生产线,劳动生产率大大提高;关键工艺流程不断创新改进,充分发挥设备产能。设备方面的优势,成为企业提高核心竞争力的可靠保障。

7、人力资源优势

公司建立市场化用人机制,吸引优秀人才,尤其是产品研发、市场营销的高端人才、行业领军人才和高级技能人才的培养和加盟。积极发挥宜华博士后创新实践基地和博士后科研工作站为载体作用,引进、培养、使用高层次专业技术人才,推动企业技术创新和科技发展,推动产、学、研合作,加快实现科技成果向产业化方向的转化。

建立与公司经营目标管理及市值管理相结合的立体式管理层绩效考核体系,为公司在规模扩张、资本运营、国际化发展和技术创新、管理创新等方面提供有力的、持续的人力资源支持。

3.2 董事会关于公司未来发展的讨论与分析

3.2.1 行业竞争格局和发展趋势

展望 2014 年,尽管世界经济整体增速将略有提高,但我国面临的外部经济环境依然错综复杂。对于行业来讲,发展机遇和挑战并存。总体上看,呈持续发展趋势。一方面,我国整体经济将持续增长,经济的持续稳定增长将带动城镇居民人均可支配收入的提高,对拉动



行业消费必将有正向的拉动作用。另一方面，未来的新型城镇化，其核心任务是“扩大内需的战略性作用”，也是拉动行业增长的一个重要因素，另外，国内外庞大的家具和地板等木制品市场刚性需求将促使行业在 2013 年回暖的基础上继续保持持续“升温”、发展的良好趋势。

纵观整个行业，企业间的竞争将会变得愈加激烈，优胜劣汰加速行业的洗牌，真正有实力的企业不仅能活下来，还能加速发展。未来家具行业将呈现多元化的发展格局，家具产品内涵更加丰富，产品从量的扩张转向质的提升，自主创新能力将成为主要推动力，行业集中度趋于提升。传统的经营模式将会被打破，电子商务将作为一个新的渠道与传统营销渠道形成有效互补，“定制化”将会成为很多企业推出的一个服务手段。从整个消费市场看，消费者的家具需求将更加个性化、健康化和品质化，家具消费品牌集中度提高，个性化及人性化创新设计、绿色环保健康的产品将受到市场的追捧。

3.2.2 公司发展战略

2014 年，将是公司发展的重要时期，是围绕行业产业发展和城镇化进程，实现持续做大做强关键阶段。公司的发展面临着新的机遇，也迎来了新的挑战。公司将紧抓当前发展机遇，最终实现自身的跨越式发展。

未来，秉承着“打造中国木业第一国际品牌”的愿景和“为客户提供绿色家居环境”的使命，通过重点掌控自身的国内外丰富上游资源，科学、合理进行战略性资源整合，全面实施“产业链一体化”战略，完善、深化企业的产业结构、治理结构、组织结构、产品结构、技术结构和人才结构，促进公司愿景的早日实现。

3.2.3 经营计划

2014 年，是公司全面实施国内外“双轮驱动”的关键一年，公司将通过科学、合理进行战略性资源整合，全面实施“产业链一体化”战略，促进公司于整个产业链上进行全面延伸，优化商业模式，提高经营业绩和整体竞争力，力争实现营业收入同比增长 20%左右、净利润同比增长 30%左右。

1、强化资源整合。公司将继续加大资源掌控力度，提高自有林业资源采伐加工能力，进一步提高原材料的自给率。主要措施：

①推进加蓬林地采伐木材初级加工扩产项目，公司将在已有 5 万立方米木材加工规模基础上建设 15 万立方米的木材加工厂，以加快林木资源开发，提高木材供应量。

②推动江西遂川木材改性产业化项目实施，提升其附加值。

③继续寻找并购合适的林地资源，加大资源掌控力度。

2、推动业务结构调整转型。公司将在保持外销业务平稳增长的基础上，大力拓展内销市场，提高内销收入比例，推动业务结构调整。主要措施：



①保持外销业务平稳增长--在巩固美国西部市场份额的基础上，加强客户关系维护及业务拓展，加大力度拓展美国东部市场，进一步拓展非美地区的出口业务。

②大力拓展内销市场--一方面，加快推进“体验馆+专卖店”国内市场营销模式，即以体验馆为核心，以点带面辐射周边区域经销商，完善国内营销网络布局，打造“体验+互动+销售+配送”立体营销体系；另一方面，积极拓展工程订单以提振内销收入；同时，与国内外知名媒介建立深度战略合作，进一步加大品牌宣传、推广力度，打造木居生活引领者品牌形象。

3、进一步优化商业模式，提升行业地位。主要措施：

①加快建设宜华家居微信应用平台，打造“O2O”电子商务模式，整合线上线下资源，充分发挥自营店的优势，规划未来通过电子商务渠道，进一步丰富精准化营销手段。

②通过并购整合等手段提高扩张效率，推动商业模式的转型。

3.2.4 因维持当前业务并完成在建投资项目公司所需的资金需求

根据公司经营预算和投资预算，2014 年公司将维持一定的投资力度，把资金用于经营管理活动资金需求和投资活动资金需求，重点满足对国内市场营销网络建设、四川阆中、山东临沂产业基地建设、加蓬林地等项目建设资金的需求。公司将通过依靠银行贷款、再融资等多种渠道筹集资金。

3.2.5 可能面对的风险

公司未来面临的风险因素有：

(1) 国内外宏观经济政策的不确定性风险

国际经济环境的不确定性和国内房地产政策的变化对家具企业产生一定的影响，另外，随着环保意识的加强，将会出台更多有关家具生产、流通及产品质量的规定、标准，未来国内外的宏观经济及政策因素都可能导致公司主要产品的需求变化，从而影响公司的盈利能力和经营业绩。

(2) 海外市场贸易政策风险

由于国内家具的性价比较高，近年来国内众多家具企业纷纷抢占海外市场，与进口国家家具企业形成了激烈的竞争，从而使进口国提高了对我国家具产品的贸易壁垒。美国、欧盟等国家和地区的各类贸易壁垒频发增加了我国家具产品的出口成本。未来，如果公司的主要出口国家或地区继续提高对我国家具产品进口的贸易壁垒，或在环保、技术指标、产品认证、质量标准等方面设置壁垒，这将对公司产品出口收入产生负面影响。

(3) 海外市场依存度较高的风险

目前，公司的产品以出口为主。当前，全球主要发达国家的宏观经济增长形势依旧复杂。公司已针对国内市场进行了相应营销网络布局，但短期内公司仍然无法摆脱对海外市场的依赖。如果未来全球宏观经济形势发生进一步不利变化，尤其是美国、欧盟等国家或地区的基



础建设投资、房地产市场投资下滑，消费者减少在家具产品上的消费开支，很可能导致这些国家或地区的客户对公司的产品需求下降，进而对公司的产品出口造成不利影响。

(4) 汇率波动风险

公司目前产品仍以出口为主，美元为主要结算方式，汇率在一定程度会增加出口成本，压缩企业的利润空间，对公司的盈利带来影响。

(5) 出口退税税率波动带来的风险

公司产品目前 80%以上出口，出口产品执行增值税"免、抵、退"政策。近年来，国家相关部门出于宏观调控等因素考虑，对出口退税率进行了较频繁的调整。出口退税率的频繁波动将给公司相关产品的生产经营带来一定的负面影响，如果出口退税率向下调整则直接影响公司的盈利水平。

(6) 国内市场拓展进度未达预期的风险

公司拓展国内市场时间较短，国内营销体系与品牌建设培育仍在探索阶段，国内家居体验中心作为一种家具零售终端，从建设到营业再到实现盈利需要一个过程。当前公司产品的国内市场占有率及品牌知名度还不高，国内市场业务的波动可能较大，如何调整产品结构，合理制定营销策略，实现预期收益，存在一定不确定性。

(7) 营销网络拓展带来的管理风险

公司产品的国内销售模式主要包括"家居体验中心+经销商"模式。公司目前已在汕头、广州、北京、南京、上海、武汉、成都、乌鲁木齐、大连、深圳等城市开立了十家大型家居体验中心，在全国 110 多个大中城市拥有经销商 300 多家，计划在新一年新建设 6 家体验中心，随着公司家具内销业务的逐步开拓以及其他多个家居体验中心的陆续建立，公司在营销、业务、人员、供销、物流等环节也面临越来越高的要求与考验。也容易形成因人才紧缺，造成管理真空、管理控制不到位带来的不利影响。

四、涉及财务报告的相关事项

4.1 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。

华嘉木业股份公司 (S.A.H.J)、森林开发出口公司 (E.F.E.G)、加蓬森林工业出口公司 (I.F.E.G)、热带林产品公司(T.L.P)和木材出口贸易公司(E.N.B)为注册在非洲加蓬的公司，2013 年本公司受让了华嘉木业股份公司 82.50%股权、森林开发出口公司 100%股权、热带林产品公司 100%股权、加蓬森林工业出口公司 100%股权和木材出口贸易公司 (E.N.B)49.00%股权，并自股权购买日起将其纳入合并财务报表范围。

山东省宜华家具有限公司、沈阳宜华时代家具贸易有限公司、西安宜华时代家具有限公司、天津宜华时代家具贸易有限公司、郑州宜华时代家具有限公司、厦门宜华时代家具有限公司、昆明宜华时代家具有限公司系宜华木业于 2013 年设立的全资子公司，均自成立之日起将其纳入合并财务报表范围。