

公司代码：603208

公司简称：江山欧派

江山欧派门业股份有限公司

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 经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

公司为保证可转债的顺利推进，同时兼顾公司发展和股东利益，公司拟定 2020 年度利润分配预案为：公司计划 2020 年度不派发现金红利，不送红股，也不实施资本公积转增股本。本次利润分配尚需提交公司 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	江山欧派	603208	欧派股份

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	郑宏有	
办公地址	浙江省衢州市江山市贺村镇淤头村淤达山自然村8号	
电话	0570-4729200	
电子信箱	Securities@oupaigroup.com	

2 报告期公司主要业务简介

（一）主要业务

江山欧派是一家集研发、生产、销售、服务于一体的专业制门企业，根据《上市公司行业分

类指引》，公司所处行业属于家具制造业（代码：C21），门类产品线布局丰富。目前，公司拥有多个生产基地，包括浙江江山生产基地、河南兰考生产基地、重庆永川生产基地，占地面积千余亩。公司目前主要产品为实木复合门、夹板模压门，并逐步延伸到入户门、防火门、柜类等新产品。

公司生产的主要产品如下图所示：

类别	产品图片
夹板模压门	
实木复合门	



（二）经营模式

报告期内，公司采购、生产、销售等经营模式未发生重大变化。具体情况如下：

1、采购模式

公司建立了严格的供应商管理制度，公司采购部负责原材料、辅料、外购半成品供应商的开发、筛选和管理工作，公司初选供应商时，由采购部门会同研究开发部门、质量检测部门对供应商进行综合考评，根据公司制定的标准筛选合格的供应商。

采购部门根据物料特点和供应商实际情况，确定各物料的采购周期和最小采购批量；同时，结合生产管理部下达的物料需求计划，编制采购计划，向供应商下达采购订单，并跟进采购订单的执行情况。采购部还定期对供应商进行综合评审，主要从提供产品的质量、到货时间及价格情况等方面进行综合考评。通过评审的，保留供应商资格，并对供应商进行等级排名；未通过评审的，取消供应商资格。

具体来看，公司的材料采购主要有两种模式（内容）：一是直接从合格原材料供应商处采购原材料，自行组织生产；二是在严格控制产品质量的前提下，主要向江山当地的部分木门生产企业采购半成品（部件），再对外购半成品（部件）进行加工，并最终形成产品对外销售。

2、生产模式

公司采用自主生产模式，针对不同的客户（渠道），在生产上主要采用两种模式：

一是针对内销的经销商客户，由于该渠道销售的产品主要直接面对终端消费者，产品的个性化特点更加鲜明，产品订单表现为小批量、多品种、多款式的特点。因此，在生产上，公司根据

该渠道的订单特点，采用小批量定制化生产方式。

二是针对工程客户（渠道）和外贸客户（渠道），虽然产品订单也具有明显的个性化特点，但就单笔订单而言，产品数量相对较大。因此，在生产上，公司采用的是较大批量的生产方式，同时针对产品的差异化特点，辅以小批量的定制化加工生产。

公司生产管理部门根据销售部门提供的订单情况在公司内部组织生产。每月月初，生产管理部门根据客户的订单情况和公司生产能力现状，制定月度生产计划，并根据月度生产计划及合同签订情况，负责生产滚动计划的拟定，组织各车间进行生产。生产管理部门根据信息化系统及时了解各车间生产进度，对生产异常和计划滞后情况及时作出分析调整。同时，生产管理部门每周都会与销售部门召开一次产销沟通协调会，根据沟通情况及时调整生产滚动计划。

3、销售模式（渠道）

公司产品销售主要通过四个渠道实现：经销商渠道、工程客户渠道、外贸公司渠道和出口渠道。

（1）经销商渠道

1）经销商渠道的盈利模式

公司通过经销商将产品销售给终端消费者，赚取的是产品利润。

2）经销商渠道结算方式

公司对经销商基本采用“款到发货”和“下单前付全款”的结算方式。

（2）工程客户渠道

工程渠道收入是报告期内公司主营业务收入的主要来源。

1）工程渠道的客户种类

公司对工程客户的销售采用直销和通过工程服务商销售两种方式。

公司工程客户大体上可分为两类：一类是公司直接服务的规模较大的房地产开发商和装修装饰企业即直营工程客户，合作方式为战略集采模式，直接与公司签订战略合作协议；一类是通过工程服务商开发的规模较小的房地产开发商和装修装饰企业，工程服务商作为工程项目履约负责人，负责产品运输、安装和售后等服务。

2) 工程渠道盈利模式

针对直营工程客户，公司的盈利来源主要为产品利润和服务利润；针对工程服务商开发的工程客户，盈利来源主要为公司产品利润。

3) 工程渠道结算方式

在货款结算方式上，针对工程客户基本按合同约定的进度收款。

(3) 外贸公司渠道

外贸公司渠道的主要客户类型为外贸公司，主要合作模式为公司产品出售给外贸公司，再由外贸公司出口；公司针对外贸公司基本采用先款后货的结算方式。

(4) 出口渠道

出口渠道产品主要销往国外建材超市、房地产开发商等，公司针对出口客户基本采用先款后货的结算方式。

(三) 行业情况说明

1、木门行业发展情况

(1) 木门行业发展历程

① 2000 年-2004 年：初期发展阶段

在 2000 年之前，我国木门产业是以传统的木工制造、即装修工匠现场打制为主；当时由于建筑房门洞口尺寸非标准化，因此规模化、机械化、工厂化生产时期尚未到来。

中国木门的真正产业化始于 21 世纪初，随着中国城镇化建设的推进与消费者家装观念的改变，木门以手工打制生产起步逐步发展为具有一定规模的产业。

② 2005 年-2009 年：市场爆发式增长

2005 年以来，随着房地产市场的增长，中国木门行业步入旺盛发展的“黄金周期”，在经历了手工打制到小作坊制作后，越来越多的木门企业进入了规模化生产的阶段，木门行业在建材装饰业中的地位开始显现，也吸引了许多其他行业企业与资金进入。这个阶段，已出现大厂家开始打破区域限制，跨地域发展，其他相关行业企业也凭借资金优势进入木门行业。

③ 2010 年至今：白热化竞争阶段

目前在全国形成了珠三角、长三角、东北地区、环渤海地区、西南地区和西北地区等六大生产基地。规模以上企业超过 3,000 家。我国已经成为了世界最大的木门生产基地、出口基地和消费市场；但是国内作坊式中小企业仍然居多，产业区域特征明显，尚未出现全国性领导品牌。与此同时，受到房产调控政策以及环保政策的限制，中小企业的生存压力越来越大，许多小型木门生产企业达不到行业标准，这为木门行业提供了行业整合的机遇。这个阶段，机械化程度高、规模大、工厂化生产的大型品牌木门企业出现，并引领行业由产品价格的竞争向品牌质量、优质服务的竞争过渡。

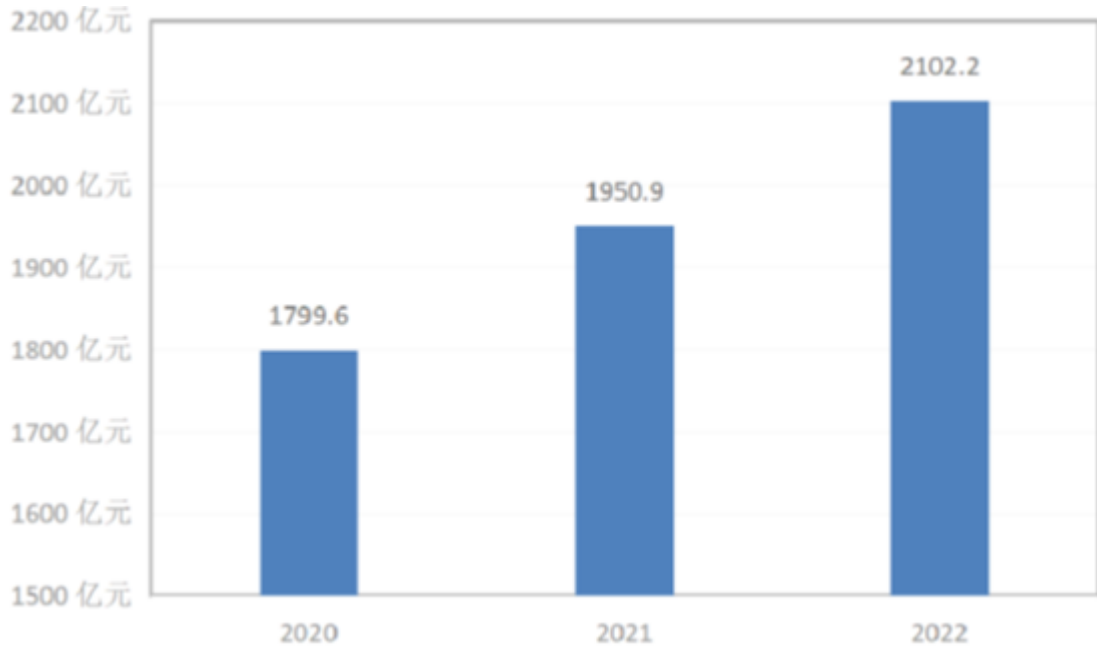
(2) 全球木门行业发展概况

近年来，全球木门行业保持持续较快发展。整体来看，全球木门市场需求未来几年仍将持续发展，木门行业将呈现多元化的发展格局，产品更加丰富，产业和品牌聚集度将进一步提高，区域特色进一步凸显，产品贸易快速增长。其中，中国生产的木门产量位居世界第一，同时也是世界上最大的木门消费市场。

(3) 我国木门行业发展概况

近年来，随着我国居民消费水平的提高和城镇化步伐的加快，为木门行业提供了极大的发展空间，与批量需求相适应，我国木门改变了“木匠上门”手工制作的传统和产品单一实用的形象，迅速转入规模化定制设计、大规模工业化生产和产品由实用向装饰、环保综合发展的全新阶段。我国木门行业起步较晚，但近年来发展非常迅速。2011 年以来，受国内房地产市场调控的影响，木门行业增速有所放缓，但仍保持稳健发展的趋势，据《中国木材与木制品流通行业年鉴》统计，2018 年全国木门行业总产值达到 1,470 亿元，与 2017 年基本持平，规模以上企业超过 3,000 家。据不完全统计，2020 年全国木门产品总产值达到 1,570 亿元，较去年略有增长，同比增长 2.61%。我国已经成为了世界最大的木门生产基地、出口基地和消费市场。未来木门行业发展前景仍将持续向好，预计年均总体需求量有望超过 2 亿套。根据《中国木门行业发展白皮书》预测，2020-2022 年全国木门行业销售收入将分别达到 1,799.60 亿元、1,950.90 亿元和 2,102.20 亿元。

2020-2022 年全国木门行业（预测）销售收入情况

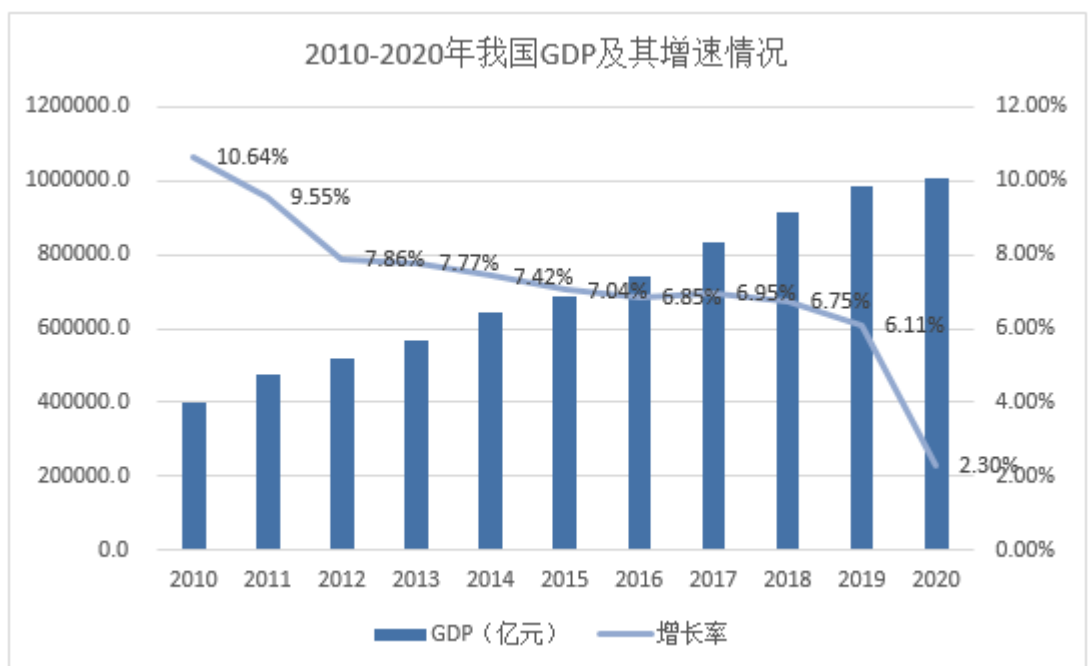


资料来源：中国木材与木制品流通协会木门窗专业委员会，《中国木门行业发展白皮书》

2、推动我国木门行业高速发展的因素

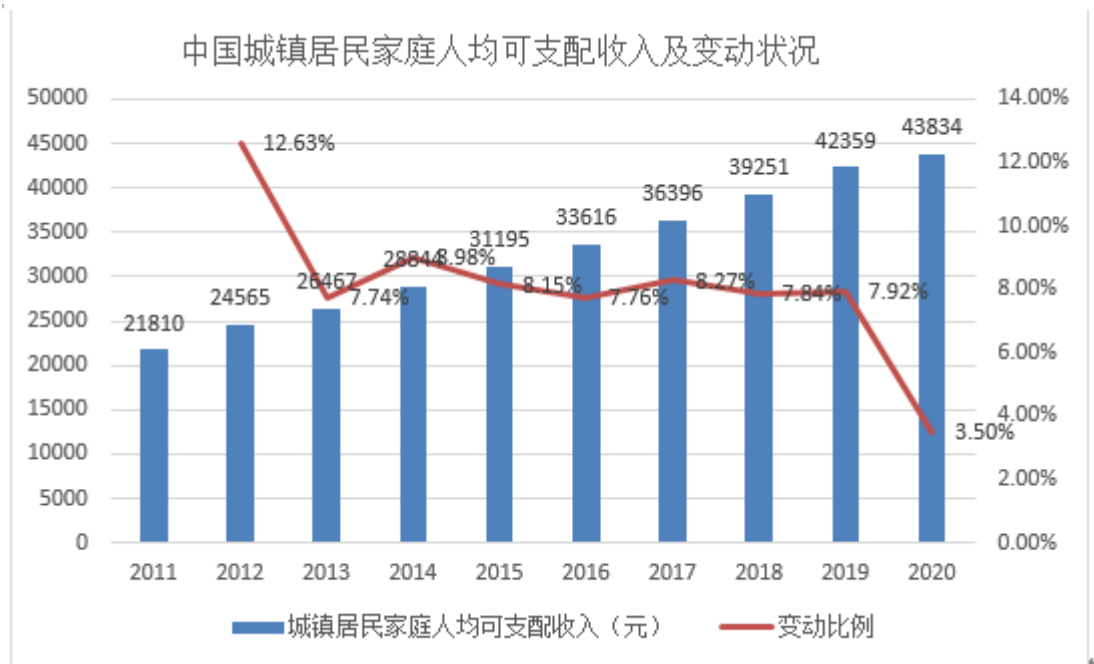
(1) 宏观经济的持续增长和人均收入的提高是促进行业发展的基本因素

从宏观经济环境来看，国民经济的持续增长是木门行业发展的根本动力。2010 年以来，随着全球经济复苏，我国国民经济企稳回升。预计未来几年内国内经济增速仍将维持 6%左右的较高速增长态势。



资料来源：国家统计局

随着国民经济持续向好，我国人均可支配收入快速攀升，构成了木门行业发展的基本因素。2011年至2020年，中国城镇居民人均可支配收入由21,810元上升至43,834元，较去年同比增长3.5%，具体如下：

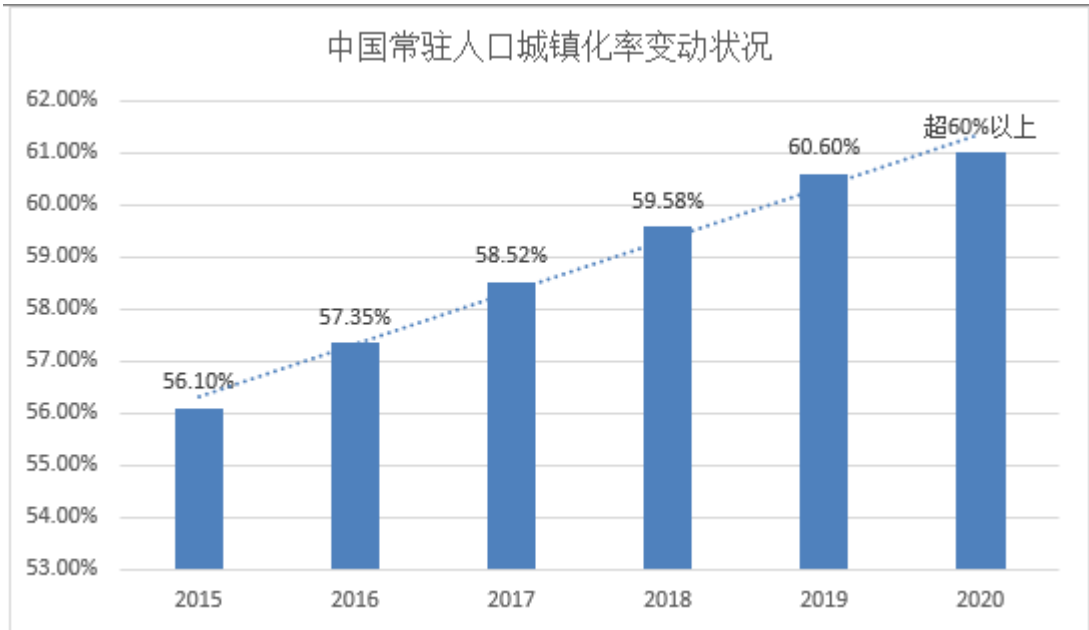


资料来源：国家统计局

(2) 城镇化率的提高是促进木门行业迅猛发展的直接动力

我国城镇化率的持续快速发展是促进木门行业发展的直接动力。截至2020年底，我国常住人口城镇化率提高到60%以上、户籍人口城镇化率提高到45.4%。国家发改委制定的《2020年新型城镇化和城乡融合发展重点任务》提出，加快实施以促进人的城镇化为核心、提高质量为导向的新型城镇化战略，提高农业转移人口市民化质量，增强中心城市和城市群综合承载、资源优化配置能力，推进以县城为重要载体的新型城镇化建设，促进大中小城市和小城镇协调发展，提升城市治理水平，推进城乡融合发展，实现1亿非户籍人口在城市落户目标和国家新型城镇化规划圆满收官，为全面建成小康社会提供有力支撑。

我国城镇化率的提高将推动城镇住房的需求，进而推动对木门的需求。

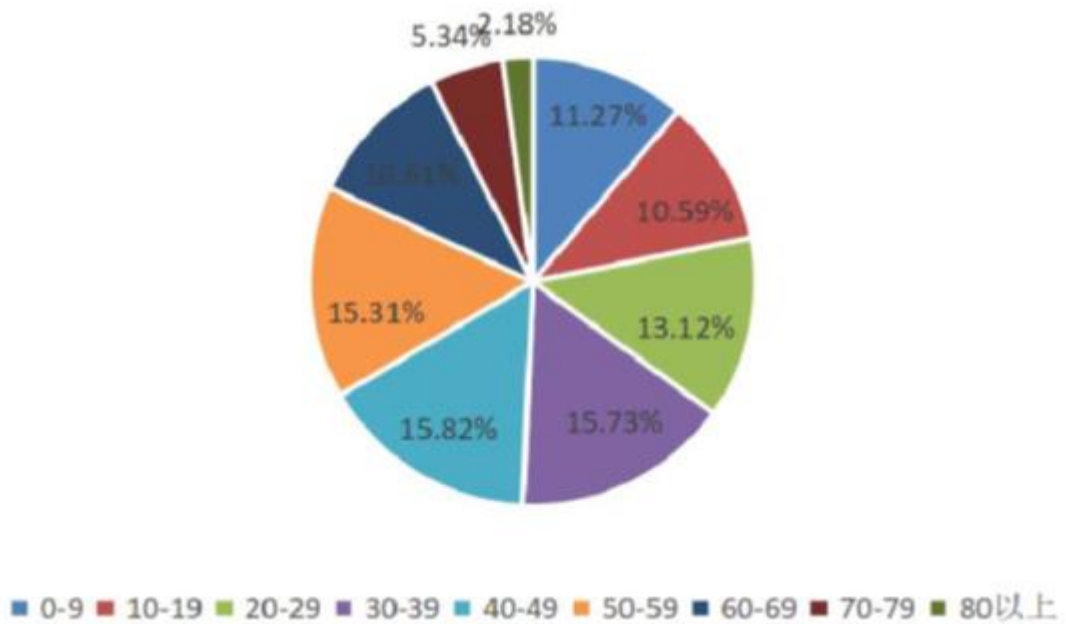


资料来源：国家统计局

（3）人口年龄结构推动了木门行业的进一步发展

根据 Wind 中国宏观数据库，我国人口年龄结构中，属于适婚适育年龄范围的 20 至 49 岁人群占比接近总人口的一半，为 44.67%，且 0 至 19 岁人群占比亦高达 21.86%。大量上述年龄段的人口占比将使我国目前及未来较长一段时间内均处于婚育适龄人口高峰期，其作为购房需求主力军，在带动房地产市场发展的同时，亦将持续推动木门行业的进一步发展。

2019 年中国人口的年龄结构



资料来源：Wind 中国宏观数据库

(4) 房地产市场为行业持续提供发展动力

近年来，我国房地产和建筑行业不断发展，尤其是住宅商品房销售面积的持续稳步增长，为推动木门行业的发展提供了长期动力。2015年至2020年，我国住宅商品房销售面积情况如下：



资料来源：国家统计局

(5) 全装修是行业重要的成长点

根据住建部印发的《建筑业发展“十三五”规划》，明确提出“到2020年，城镇绿色建筑占新建建筑比重达到50%，新开工全装修成品住宅面积达到30%，绿色建材应用比例达到40%，装配式建筑面积占新建建筑面积比例达到15%”的发展目标。在该规划倡导下，地方各级政府陆续出台了相应鼓励支持全装修相关政策，由此为行业带来了大量的大宗工程业务，成为行业重要的增长点。

3、公司的行业地位和市场份额情况

江山欧派于2017年2月10日在上交所主板上市，是国内首家木门上市公司。公司属于家具制造业，位于房地产产业链上游，在木门行业市场占有率约2%，行业发展空间广阔。

公司以“打造世界一流制门企业，争创中国木门第一品牌”为企业目标，自成立以来一直根植于木门领域，逐步成长为国内木门行业的知名品牌企业，是目前国内木门行业的主要生产商。

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	3,911,582,986.45	2,861,984,208.20	36.67	2,152,068,292.97
营业收入	3,011,514,955.50	2,026,631,378.18	48.60	1,282,874,712.32
归属于上市公司股东的净利润	425,791,296.42	261,285,123.87	62.96	152,701,512.53
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	393,302,304.66	228,893,628.33	71.83	123,268,859.57
归属于上市公司股东的净资产	1,648,443,097.36	1,312,008,891.06	25.64	1,097,597,082.57
经营活动产生的现金流量净额	239,260,506.25	323,665,793.38	-26.08	204,498,503.81
基本每股收益 (元/股)	4.05	2.49	62.65	1.45
稀释每股收益 (元/股)	4.05	2.49	62.65	1.45
加权平均净资产收益率(%)	28.72	21.76	增加6.96个百分点	14.71

说明：公司于2020年6月4日实施了2019年度权益分配方案，以资本公积金每10股转增3股。按照《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》、

《企业会计准则第34号——每股收益》的规定,对2018年、2019年基本每股收益和稀释每股收益进行了调整。

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	300,835,097.43	761,129,479.70	960,415,979.68	989,134,398.69
归属于上市公司股东的净利润	37,427,697.22	97,565,709.88	177,358,719.17	113,439,170.15
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	18,761,071.73	94,565,471.19	170,129,783.38	109,845,978.36
经营活动产生的现金流量净额	-238,392,049.29	124,937,143.02	202,619,552.91	150,095,859.61

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4 股本及股东情况

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

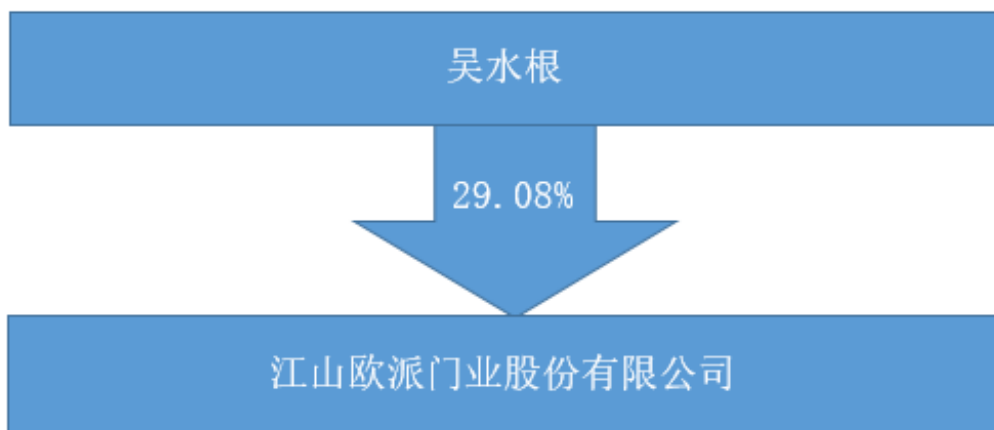
单位：股

截止报告期末普通股股东总数（户）	5,938						
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）	7,136						
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）	0						
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）	0						
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	
吴水根	7,050,000	30,550,000	29.08	0	无	0	境内 自然 人
王忠	5,550,000	24,050,000	22.89	0	无	0	境内 自然 人
吴水燕	2,400,000	10,400,000	9.90	0	质押	2,300,000	境内 自然

							人
中国银行股份有限公司—长城成长先锋混合型证券投资基金	1,899,882	1,899,882	1.81	0	无	0	其他
中国工商银行—汇添富均衡增长混合型证券投资基金	1,607,634	1,607,634	1.53	0	无	0	其他
中国工商银行股份有限公司—汇添富外延增长主题股票型证券投资基金	757,792	1,571,566	1.50	0	无	0	其他
上海盘京投资管理中心(有限合伙)—盛信2期私募证券投资基金	304,406	1,112,806	1.06	0	无	0	其他
中国建设银行股份有限公司—汇添富消费行业混合型证券投资基金	1,100,060	1,100,060	1.05	0	无	0	其他
中国工商银行股份有限公司—汇添富民营活力混合型证券投资基金	20,378	1,078,787	1.03	0	无	0	其他
中国银行股份有限公司—长城环保主题灵活配置混合型证券投资基金	769,990	999,990	0.95	0	无	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	王忠系吴水根之大妹夫，吴水燕系吴水根之二妹。公司未知其他股东之间是否存在关联关系，也未知其他股东之间是否属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

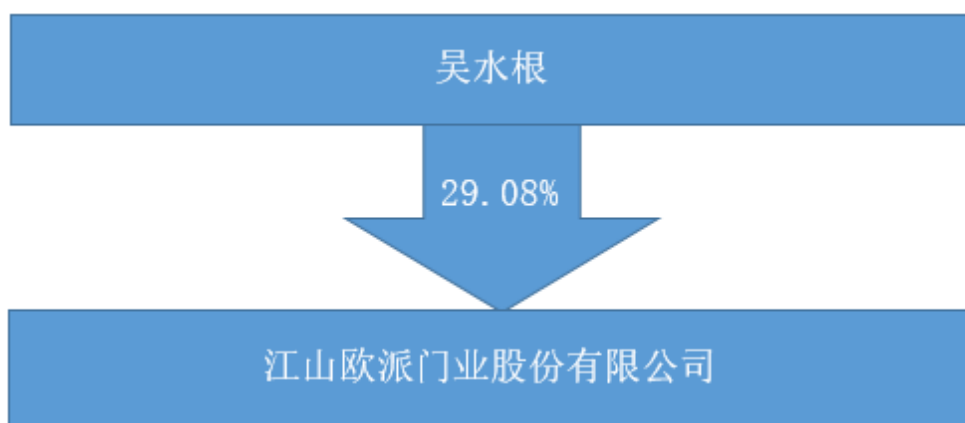
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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，公司实现营业收入 301,151.50 万元，较上年同期增长 48.60%；实现归属于母公司所有者的净利润 42,579.13 万元，较上年同期增加 62.96%。净利润增长主要来源于工程渠道收入的增长。

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

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。

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
应收账款	393,719,614.56	-25,245,446.18	368,474,168.38
合同资产		25,245,446.18	25,245,446.18
预收款项	280,527,786.68	-280,527,786.68	
合同负债		271,290,536.78	271,290,536.78
其他流动负债	5,246,741.91	9,237,249.90	14,483,991.81

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

本公司将河南恒大欧派门业有限责任公司(以下简称河南欧派公司)等 12 家子公司纳入本期合并财务报表范围,具体情况如下:

子公司全称	简称	子公司全称	简称
河南恒大欧派门业有限责任公司	河南欧派公司	江山欧派装饰工程有限公司	欧派装饰公司
江山欧罗拉家居有限公司	欧罗拉公司	江山欧派木制品有限公司	欧派木制品公司

江山花木匠家居有限公司	花木匠公司	江山欧派进出口有限责任公司	欧派进出口公司
江山欧派工程材料有限公司	工程材料公司	江山欧派劳务服务有限公司	劳务服务公司
重庆江山欧派门业有限公司	重庆欧派公司	杭州欧派贸易服务有限公司	欧派贸易公司
江山欧派全屋定制有限公司	全屋定制公司	江山欧派安防科技有限公司	欧派安防公司

合并范围变更说明如下：

(1) 2020年1月，公司新设全资子公司重庆江山欧派门业有限公司、江山欧派全屋定制有限公司，因此将其纳入合并范围。

(2) 2020年2月，公司新设全资子公司杭州欧派贸易服务有限公司，因此将其纳入合并范围。

(3) 2020年7月，公司转让子公司武汉欧派快装科技有限公司的股权，丧失控制权，因此未将其纳入合并范围。

(4) 2020年9月，公司对江山欧派安防科技有限公司增资并取得控制权，因此将其纳入合并范围。