

公司代码：603515

公司简称：欧普照明

欧普照明股份有限公司

2019 年半年度报告摘要



二〇一九年八月

一、重要提示

1、本半年度报告摘要来自半年度报告全文，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半年度报告全文。

2、本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半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、本半年度报告未经审计。

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。

报告期内，公司无利润分配预案或公积金转增股本预案。

二、公司基本情况

2.1 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	欧普照明	603515	不适用

联系人和联系方式	董事会秘书
姓名	刘斯
电话	021-38550000（转6720）
办公地址	上海市闵行区吴中路1799号万象城V3栋
电子信箱	Public@apple.com

2.2 公司主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	7,203,478,894.67	7,333,445,311.85	-1.77
归属于上市公司股东的净资产	4,559,710,475.78	4,337,272,762.68	5.13
	本报告期 (1-6月)	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)
经营活动产生的现金流量净额	211,836,946.45	37,672,330.07	462.31
营业收入	3,778,274,100.98	3,527,663,830.91	7.10

归属于上市公司股东的净利润	404,773,096.00	357,928,865.23	13.09
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	257,225,456.41	252,704,987.73	1.79
加权平均净资产收益率(%)	8.74	9.36	减少0.62个百分点
基本每股收益(元/股)	0.53	0.47	12.77
稀释每股收益(元/股)	0.53	0.47	12.77

2.3 前十名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末股东总数（户）				12,001		
截止报告期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	股东性质	持股比例(%)	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结的股份数量	
中山市欧普投资股份有限公司	境内非国有法人	46.06	348,214,286	348,214,286	质押	27,103,400
马秀慧	境内自然人	18.67	141,142,856	141,142,856	无	0
王耀海	境内自然人	18.07	136,614,994	136,614,994	无	0
香港中央结算有限公司	其他	2.51	18,975,439	0	无	0
挪威中央银行—自有资金	其他	0.79	6,002,313	0	无	0
全国社保基金一零九组合	其他	0.70	5,320,721	0	无	0
绍兴世合投资咨询有限公司	境内非国有法人	0.68	5,135,779	0	无	5,135,700
南通恺明投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	0.57	4,322,100	0	无	0
交通银行股份有限公司—国泰金鹰增长灵活配置混合型证券投资基金	其他	0.49	3,700,015	0	无	0
中国银行—易方达积极成长证券投资基金	其他	0.45	3,398,631	0	无	0
上述股东关联关系或一致行动的说明		中山欧普、王耀海先生、马秀慧女士为一致行动人。除此之外，公司未知上述其他股东是否存在关联关系或属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动关系。				
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明		不适用				

2.4 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东情况表

☐适用 ☒不适用

2.5 控股股东或实际控制人变更情况

☐适用 ☒不适用

2.6 未到期及逾期未兑付公司债情况

☐适用 ☒不适用

三、经营情况讨论与分析

3.1 经营情况的讨论与分析

2019 年上半年，公司实现营业收入 37.78 亿元，同比增长 7.10%；实现利润总额 4.99 亿元，同比增长 14.70%；实现归属于上市公司股东的净利润 4.05 亿元，同比增长 13.09%。报告期内主要工作及经营情况如下：

3.1.1 照明板块

（1）家居业务

多年来，公司凭借强大的营销团队和渠道网络资源，建立了立体式、多元化的渠道结构。一方面，公司持续加强渠道布局，在全国各城市级别市场建立了超过 3,500 家零售专卖店、120,000 家五金网点，及多平台的线上渠道，并持续向三四线城市及乡镇市场下沉，实现更为广泛的渠道覆盖；另一方面，公司不断升级、打造终端门店标准化的运营体系、定制化的方案服务能力，为消费者提供更为专业、个性化的购灯体验。

①零售渠道

在零售渠道，随着消费者购买渠道的多元化，公司不断夯实线下专业服务能力，提升渠道效率，并积极探索新的营销模式，持续推动渠道变革转型。

专业赋能，提高门店服务能力：通过组织灯光设计赋能培训营，对门店销售人员进行灯光知识、方案设计、方案展示等方面的培训，为消费者规划健康、舒适的光环境，提供整体家居灯光解决服务方案。截止至 2019 年 6 月底，照明方案设计培训已覆盖超过 10%的终端门店。并且，在部分试点门店，通过销售人员提供灯光设计服务方案后，平均成交率及客单价得到有效提升。

渠道转型，提升主动营销能力：推进经销商与门店团队营销转型，通过立体化的引流模式，如：楼盘深耕、家装公司、拎包平台、微信营销、电视购物等，与消费者进行更直接、有效的互

动。

另外，公司在终端打造了融合光谱、结构、材质、光电等专业技术教育、智能家居体验、全系列风格灯具陈列等功能于一体的店铺体验空间，通过专业、舒适的光环境，向消费者展示欧普照明在灯光领域的专业理解和研究。

②流通渠道

2019 年上半年，公司持续推进渠道下沉，提升优质网点比例。通过推出极致性价比的产品组合、投放针对性的终端陈列物料、以及强化管理客户代表的销售行为，实现了乡镇网点的有效覆盖及优质网点占比的提升。截止至 2019 年上半年，乡镇网点覆盖率超过 50%以上。

③线上渠道

电商平台始终围绕多平台、多品类的战略布局，为消费者提供一站式家庭硬装购物体验。一方面，公司逐步布局精选类及社交类电商平台，多渠道获取消费者流量。另一方面，公司根据不同消费层级的需求，持续打造更为全面、优质的产品梯队；并推出了智联、便捷的智能化产品套系，满足线上年轻客群的消费需求。

同时，公司通过有节奏、有针对性的市场资源投放，持续获得精准流量。2019 年上半年，电商平台通过创新线上推广方式，如：网络直播，在“618”年中大促期间夺得天猫平台“直播狂欢日”生活好物榜 TOP1，进一步体现公司在粉丝维护、平台运维、流量获取等方面的综合竞争实力。

（2）商用业务

公司商用照明始终聚焦于应用端的研究及产品力的打造，不断提升在行业应用、智能化解决方案、专业照明设计等方面的综合服务能力。

① 深耕应用场景，推出以行业为驱动的解决方案

凭借多年来在各行业的灯光方案经验积累，公司与中国装饰协会建筑电气分会共同编制建筑装饰装修室内空间照明设计应用标准，针对住宅、酒店、办公、零售、展陈、文化、工业、学校、医院等多项细分场景提出不同空间的照明设计应用要求，进一步引领装饰设计师和照明设计师运用科学、合理的设计手段和照明材料，打造健康、安全、绿色、舒适的室内照明环境。

② 搭建产品平台化，为客户提供更为高效的服务体验

公司逐步搭建商用照明基础类、专业类产品平台，通过整合底层技术及推进模块的标准化，实现产品物料的通用性，以更好地满足自动化生产需求，提升供应链交付能力，为客户提供更为高效的服务体验。

③ 持续推出多项智能化照明控制解决方案

基于各细分行业，公司持续推出多项智能化照明控制解决方案。例如：在地产领域，公司于2019年上半年推出了欧普全宅智能家居控制系统，该系统可根据房屋面积、房屋结构、房间数量、家庭成员等灵活配置，实现全屋WIFI覆盖、家电及多媒体管理、灯光场景切换、家庭环境监控等智能远程控制，为用户提供个性化家居智能解决方案；在市政交通领域，公司为北京地铁新机场线打造了符合人体生理节律的节律光照明环境，并可通过智控系统实现分时段、分场景的集中控制及监控，一定程度上降低了人员管理成本和运营能耗；在办公领域，公司推出的智能照明控制系统可通过欧普专利四合一多功能传感器，实现人体与日光的感应，实时调整区域内的照明亮度，实现办公区域舒适、节能的光环境。

④分享专业照明设计理念，持续建立在设计院、设计师群体中的品牌影响力

2019年上半年，公司连续第七年携手“祝融奖”中国照明应用设计大赛，与多位室内设计师共同挖掘用户需求，探讨灯光设计对于室内空间的意义，并输出一系列模拟灯光解决方案，全面彰显了公司在灯光设计领域的专业引领作用。同时，公司相继受邀出席2019交通建筑照明论坛、北京照明学会四十周年庆典、以及全国建筑电气技术交流大会，分享在市政交通、新零售商业空间以及智能控制等领域的灯光设计理念，进一步增强欧普商用照明在设计院、设计师群体中的品牌影响力。

（3）海外业务

在海外市场，公司不断深化本地化运营，持续建设适应当地市场环境及用户需求的营销网络、产品能力、品牌形象及人力资源。2019年上半年，凭借专业的照明解决方案及本土化服务能力，公司为众多知名品牌和标志性建筑提供整体照明产品解决方案，例如：为荷兰Kropman集团办公空间、意大利那不勒斯体育场馆、沙特麦地那大学、印度亚马逊仓库、印尼泗水华为展厅、泰国Vivo体验专卖店等提供优质的商用照明环境，逐步建立欧普照明在海外市场的专业化优势及品牌影响力。

3.1.2 家庭硬装（非照明）板块

（1）电工转换器业务

2019年上半年，公司不断完善开关、排插、断路器三大品类的产品线，根据不同渠道特征，打造差异化的产品系列和产品组合，并进一步带动照明产品的销售，提升终端网点的盈利能力。另外，公司在苏州吴江工厂建立排插自制产能，于2019年上半年成功上市新国标排插产品线，累计布局专利十余项。

(2) 集成整装业务

集成整装业务凭借丰富的配套产品系列（如：集成墙面、集成吊顶、地板、晾衣架、百变墙柜、背景墙等），重点聚焦于室内局部空间的设计及改造。在家用市场，以客餐厅、阳台空间为切入点，为消费者提供含收纳、照明、晾晒等多功能的空间解决服务方案；在商用市场，以酒店行业为突破口，进行全屋顶墙的快速安装换新。2019 年上半年，公司为华住集团旗下超过 20 家酒店提供集成墙板产品。

3.1.3 品牌建设

上半年，公司持续通过一系列线上线下品牌市场活动、以及与各大国际展会的深度合作，向市场和用户传递“超越所见 See Beyond”的品牌标语及“生命力、自在、创新”的品牌理念，进一步展现欧普在引领行业发展、创造行业价值，不断通过技术创新、产品创新、渠道创新，为消费者打造舒适、自在光环境的品牌追求。另外，公司于 2019 年 7 月正式成为 2020 年迪拜世博会中国馆官方合作伙伴及指定照明解决方案提供商，将通过专业智能化的场景解决方案，向全球消费者展现中国智造实力及光的研究运用给人们带来的美好生活体验。

3.1.4 技术创新

公司秉持“以人为本”的照明应用理念，围绕健康照明，探究光谱对于生活、学习、睡眠等方面的影响，并陆续推出多项针对不同人群、不同功能的专利光谱。

(1) 真彩光

公司自主研发的真彩光具备高显色性，还原了最接近大自然色彩的光谱，更贴近人体生理节律，护眼助睡眠，为消费者创建健康、舒适的光环境。

(2) 专注光

针对儿童视觉系统特征，公司与浙江大学联合研发适宜高效读写使用的专注光谱，通过调整特定光谱的能量，提升青少年学习的专注度及阅读质量。

在智能家居领域：近期公司联手阿里巴巴人工智能实验室共同发布《SIG MESH 智能家居照明白皮书》，全方位探讨了蓝牙 SIG Mesh 智能照明解决方案，旨在统一蓝牙 SIG MESH 接入各大物联网平台的标准，降低智能控制应用成本，进一步推进更加便捷的蓝牙连接方式，并以开放、合作、协作的态度展开物联网产品和技术开发。2019 年上半年，在新推出的中高端智能读写台灯中，公司将智能调光算法、智能控制芯片、智能传感器嵌入台灯产品中，使其增加自动调光、远程控制、智能学习提醒等特色功能模式，为用户打造明亮、立体、智能的读写光环境。

在智慧城市领域：公司积极拓展基于多功能灯杆的多场景应用，并探索与 5G 业务的结合。

2019 年上半年，公司联合国内 5G 运营商在苏州、常州等地落地多个 NB-IOT 的路灯智能化项目，实现了对每盏路灯的点对点调光、故障报警、自动派单、运营管理数字化等功能。同时，公司自主研发的智慧城市系列化系统（如：智云-户外智慧照明管理平台、智元-智慧园区管理平台）在用户界面及交互、新功能等方面快速迭代升级，日臻完善。

另外，2019 年上半年，公司作为北京世界园艺博览会植物馆战略合作伙伴，基于植物馆的情景及功能照明需求，自主研发了 LED 光束灯、洗墙灯、根须灯等定制化灯具，并在光学设计、光学系统等方面实现了技术性突破，全方位展示了公司在智能控制、光学解决方案、特殊场景照明定制能力等领域的综合研发实力。

3.1.5 智能制造

2019 年上半年，公司整合了仓储管理、物流运输、物流计费的信息化管理系统，打通了从订单、生产、仓储、配货、运输到交付的全供应链信息流。该系统可支持国内外多元化的渠道业务布局，全面提升在流程配置、仓储物流、自动化仓储设备、智能化运输监控等方面的管理能力，进一步建立统一、规范、集约化的仓储物流和信息管理平台，实现订单履行的高效率及高透明度。

另外，公司进一步推进智能化制造进程，上半年注塑车间完成了集中供料、收料环节自动化系统的导入，进一步提升人效，降低能耗，实现了从原材料到注塑件成品全流程的精细化管理。

3.2 与上一会计期间相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况、原因及其影响

☒ 适用 ☐ 不适用

3.2.1 重要会计政策变更

财政部于 2017 年度修订了《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》、《企业会计准则第 24 号——套期会计》和《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》。修订后的准则规定，对于首次执行日尚未终止确认的金融工具，之前的确认和计量与修订后的准则要求不一致的，应当追溯调整。涉及前期比较财务报表数据与修订后的准则要求不一致的，无需调整。本公司将因追溯调整产生的累积影响数调整当年年初留存收益和其他综合收益。

财政部于 2019 年 4 月 30 日发布了《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2019〕6 号），对一般企业财务报表格式进行了修订。

本公司执行上述规定的主要影响如下：

（1）非交易性的可供出售权益工具投资指定为“以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资	第三届董事会第五次会议	可供出售金融资产：减少 150,000,000.00 元； 其他权益工具投资：增加 150,000,000.00 元
---	-------------	---

产”。		
(2) 银行理财分类为“交易性金融资产”并按公允价值计量	第三届董事会第五次会议	交易性金融资产：增加 3,482,051,287.34 元；其他流动资产：减少 3,482,051,287.34 元；交易性金融资产：增加 39,737,784.38 元；年初未分配利润：增加 39,737,784.38 元
(3) 因报表项目名称变更，将“以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（负债）”重分类至“交易性金融资产（负债）”	第三届董事会第五次会议	交易性金融负债：增加 1,290,437.12 元；以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债：减少 1,290,437.12 元
(4) 资产负债表中“应收票据及应收账款”拆分为“应收票据”和“应收账款”列示；“应付票据及应付账款”拆分为“应付票据”和“应付账款”列示；比较数据相应调整。	第三届董事会第六次会议	“应收票据及应收账款”拆分为“应收票据”和“应收账款”，“应收票据”本期金额 466,828 元，上期金额 983,419 元；“应收账款”本期金额 481,786,353.33 元，上期金额 610,731,991.17 元；“应付票据及应付账款”拆分为“应付票据”和“应付账款”，“应付票据”本期金额 7,218,743.10 元，上期金额 167,482,773.56 元；“应付账款”本期金额 985,546,646.72 元，上期金额 1,202,636,479.17 元。
(5) 在利润表中新增“研发费用”项目，将原“管理费用”中的研发费用重分类至“研发费用”单独列示；在利润表中新增“信用减值损失”，将原“资产减值损失”中的应收账款和其他应收款的坏账重分类至“信用减值损失”并和“资产减值损失”调整至利润总额的增加项；在利润表中财务费用项下新增“其中：利息费用”和“利息收入”项目。比较数据相应调整。	第三届董事会第六次会议	“管理费用”拆分出“研发费用”，“研发费用”本期金额 127,437,390.55 元；上期金额 98,271,573.36 元；新增“信用减值损失”，本期金额 5,804,919.05 元；“资产减值损失”本期金额 22,004,557.42 元，上期金额 18,545,522.30 元；新增“利息费用”和“利息收入”，其中“利息费用”本期金额 3,295,507.97 元；上期金额 1,224,400.91 元；“利息收入”本期金额 1,467,418.84 元，上期金额 379,374.44 元。

其他说明：无

3.2.2 重要会计估计变更

会计估计变更的内容和原因	审批程序	开始适用的时点	备注(受重要影响的报表项目名称和金额)
为促进公司加快技术改造，提升研发能力，促进技术创新，降低经营风险，进一步稳健反映经营效益。 公司根据生产设备的使用属性，划分为重型通用设备、工艺通用设备以及专用设备，其中重型通用设备的折旧年限为 10 年，工艺通用设备折旧年限为 5 年，专用	第三届董事会第五次会议	2019 年 4 月 1 日	本次会计估计变更对公司的影响根据《企业会计准则第 28 号—会计政策、会计估计变更和差错更正》的相关规定，本次会计估计变更采用未来适用法处理，无需对已披露的财务数据进行追溯调整，不会对公司 2018 年度及以前各年度财务状况和经营成果产生影响，对公司 2019 年度的财务报表将产生影响。经测算，根据

设备的折旧年限为 3 年，根据重新梳理后的固定使用属性划分，部分原折旧年限为 10 年的缩短为 5 年或 3 年，部分原折旧年限为 5 年的缩短为 3 年。			公司截止 2019 年 3 月 31 日的固定资产余额，本次会计估计变更预计将增加公司 2019 年度固定资产折旧金额同时减少利润合计人民币 4,690.03 万元，以后年度逐年降低，对公司损益不会产生重大影响。
--	--	--	--

其他说明：无

3.3 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况、更正金额、原因及其影响

☐适用 ☒不适用