

证券代码：002713

证券简称：东易日盛

公告编号：2020-075

东易日盛家居装饰集团股份有限公司 2020 年半年度报告摘要

一、重要提示

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，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读半年度报告全文。

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

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

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	东易日盛	股票代码	002713
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	管哲	池雨坤	
办公地址	北京市朝阳区酒仙桥北路甲 10 号院电子城 IT 产业园 C3B 座东易大楼	北京市朝阳区酒仙桥北路甲 10 号院电子城 IT 产业园 C3B 座东易大楼	
电话	010-58637710	010-58637710	
电子信箱	dyrs@dyrs.com.cn	dyrs@dyrs.com.cn	

2、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

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	857,768,122.37	1,864,613,478.70	-54.00%
归属于上市公司股东的净利润（元）	-245,850,079.91	-61,807,911.71	-297.76%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	-252,789,810.93	-72,748,173.20	-247.49%
经营活动产生的现金流量净额（元）	-5,665,239.06	234,628,261.20	-102.41%

基本每股收益（元/股）	-0.59	-0.15	-293.33%
稀释每股收益（元/股）	-0.59	-0.15	-293.33%
加权平均净资产收益率	-41.21%	-5.32%	-35.89%
	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）	2,955,243,930.10	2,894,326,112.53	2.10%
归属于上市公司股东的净资产（元）	473,732,958.63	719,337,305.97	-34.14%

3、公司股东数量及持股情况

单位：股

报告期末普通股股东总数	17,469	报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）	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
北京东易天正投资有限公司	境内非国有法人	61.66%	258,704,583	0		
天津晨鑫商务咨询有限公司	境内非国有法人	3.13%	13,133,191	0		
招商银行股份有限公司—中欧恒利三年定期开放混合型证券投资基金	其他	2.53%	10,633,209	0		
陈辉	境内自然人	1.81%	7,611,520	5,708,640		
杨劲	境内自然人	1.81%	7,611,520	5,708,640		
万科链家(北京)装饰有限公司	境内非国有法人	1.60%	6,728,066	0		
李永红	境内自然人	1.37%	5,760,000	4,320,000		
中国建设银行股份有限公司—中欧价值发现股票型证券投资基金	其他	1.19%	5,008,885	0		
中国工商银行股份有限公司—中欧潜力价值灵活配置混合型证券投资基金	其他	0.96%	4,021,578	0		
中央汇金资产管理有限责任公司	国有法人	0.80%	3,371,360	0		
上述股东关联关系或一致行动的说明	股东陈辉先生与股东杨劲女士为夫妻关系，两人各通过直接或间接方式持有东易天正 50% 股份，为一致行动人关系。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	无					

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。

5、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。

6、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，且在半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

2020年上半年，面对全球新冠肺炎疫情，全体东易人在公司董事会领导下，始终坚持“装饰美好空间，筑就幸福生活”的使命，栉风沐雨，砥砺前行，在做好各层级单位、各项目现场防疫的同时，积极复工复产，通过数字化、精细管理等不断提升竞争力，推动公司平稳发展，全力减轻疫情对公司经营的不利影响。

一方面，公司迅速在房天下、苏宁易购、京东、天猫、抖音、B站等电商平台上开展直播营销，通过新的渠道开展营销获客；还深挖费用较低的自媒体渠道、拓展社群营销，通过家装和家居领域知识的传播，吸引、培养、锁定客户。另一方面，公司通过多年奠定的数字化体系基础，快速推进数字化设计、数字化交付、在线管理等，通过运营效率提升、精细化管理降低今年疫情的不利影响。

报告期内，因疫情蔓延，公司工程项目现场施工进度受到较大影响，公司完成营业收入85,776.81万元，同比下降54%；归属于上市公司股东的净利润-24,585.01万元，同比下降297.76%。

报告期内主要工作情况如下：

（一）大力拓展线上渠道获客，提升品牌声誉

2020年上半年，面对突如其来的疫情，公司全力拓展线上获客布局。首先，对原有主力平台升级迭代，对PC端官网、H5官网持续改进，快速推进微官网、官方APP、小程序以及全民营销小程序的开发上线；其次，新增社交营销渠道，如美团点评，小红书，好好住，安居客，抖音、住小帮等，不断扩张线上平台的流量承接能力。同时，布局社交电商领域，开启社交营销新模式。

2020年上半年公司在房天下、苏宁易购、京东、天猫、抖音、B站等电商平台上开展家装直播营销500多场，实现接单7000多单，并且在全国各分公司推广社群团购模式，通过家装和家居领域知识的传播，吸引客户。家装营销新模式的启用，使消费者获得了更透明，易互动，能点评的家装选择新体验，受到了广泛的关注，公司在营销活动中获取订单的同时，培养了客户粘性，大大提升东易日盛品牌曝光。

（二）数字化交付落地效率大幅提升，聚焦口碑服务品质不断升级

在产品化家装业务方面，2020年上半年家装业务全链条智能运营管理系统全面启用，打通了上下游业务链、服务链、数据链，实现了在线签约、方案确认、收款、验收、施工管控、售后服务等全流程的数字化交付。

2020年第二季度，公司个性化家装业务全面上线“360°交付管理天眼系统”，天眼系统将家装过程分解成23个施工项目65项控制点位，并设置9大验收节点75项控制点位，做到全程实时线上把控工程质量、把握施工进度、控制项目风险，提高了交付管理效率，达成前端、运营平台多方高效协同，同时帮助业主直观有效的监督工程进度和质量。过程中客户可通过系统随时与工作人员互动，发现问题提出意见，促进各方监督跟进解决问题。“360°交付管理天眼系统”的开发应用，实现了可视、可查，有记录，有监控，达到了让客户省时、省心、满意的效果。报告期内，个性化家装业务准时交付率达到93%，客户满意度达到96.4%。

另外，公司家装业务对工艺材料进行了全面升级，还将质量保证期由国家标准的工程2年、水电5年均延长至10年；聘请专业巡检公司，开展全国红创工程质量专业巡检；开展百合行动，感恩回馈每一位服务过的客户；进一步提升了对客户权益的保障，获得了业内一致认可。

（三）产品研发升级，持续践行开发极致产品，创新用户体验

2020年上半年公司初步完成产品中台搭建，一方面针对不同地区特点打造区域化产品，另一方面结合深度供应链产品，开发适合市场需求的整家产品、联合大师设计联名产品、局装产品、换新产品；以场景化的形式设计研发单空间方案40套，整家案例13套；完成木作产品层级划分体系建设及自主设计研发新款木作产品9大系列，包含内门、厨浴柜、衣壁柜及活动家具。打造数字化系统，完成真家木作系统第一阶段的开发及使用，提升了木作设计的效率、准确率以及提升客户的直观参与度，产品内容依托数字化系统实现场景式体验，将更贴合市场和用户的内容以数字化工具呈现给客户，不断创新客户体验。

（四）设计满足客户多元化需求，上海集艾再获多项大奖

公司致力于满足人们对美好生活的向往，给更多的人用好设计、享受好生活，通过多年的持续探索，将设计完成了从“家”到“生活”的转化。今年的疫情改变了人们的工作和生活方式，新一代消费人群较以往注重健康、环保、个性外，还增加了居家办公、居家运动、增加存储空间等功能需求，公司紧紧抓住客户需求变化，创新设计、产品、综合解决方案。报告期内，子公司上海集艾设计五项作品获得德国ICONIC AWARDS设计大奖，其中“恒基·旭辉天地”荣获ICONIC AWARDS 2020至高荣誉至尊奖，也充分体现了公司在国内、国际设计行业的强大影响力。

（五）木作工厂优化布局，提升产能，启用千平新展厅，运营能力大幅提升

2020年6月2000平米工厂展厅完成建设并投入使用，系统全面的展示了全屋定制家居理念，助力前端销售业务的开展。同时，围绕改善客户体验，优化整合了产品体系，进行产品工艺技术革新，提高良品率；继续推进水性漆工艺应用范围，与静电粉末喷涂产品技术互补，使家居产品的环保与品质再升级。廊坊工厂、盛可居、枣庄工厂的新区位布局，合理分单，使得公司整体产能及交付效率产生质的飞跃，提升了客户满意度，也为疫情结束后的订单交付夯实基础。

（六）专业供需链平台持续完善，为家装行业需求提供有力保障

公司子品牌易日通业务面向泛家居领域搭建仓配装一体化供需链平台。通过产品供应链、服务生态链、供应链金融和数字智能供需的应用技术，打造3+1业务模式。目前提供5个仓储物流城市的行业云仓、干线物流班车、众包平台、送装一体化（全国48小时上门及48小时完工）等服务，已实现稳定的效率；逐步建立了行业数字化标准，如各品类货物周转率、配送频次、补货周期、临期品等，促进了行业供应链效率的不断提升和成本下降。

报告期内，易日通获得三项国家级质量评定，分别为“全国质量诚信先进企业”、“全国质量信用优秀企业”、“全国仓储物流行业质量领先企业”，表明了易日通作为优秀的一站式大家居供需链平台得到国家权威质量机构认可，也是对东易日盛在构筑家装行业质量安全、提升家装行业服务品质、打造家装行业优质品牌、弘扬中国工匠精神方面给予的充分肯定。

（七）积极应对风险，启动融资计划

2020年上半年，因新冠病毒肺炎疫情蔓延，公司的业务拓展、项目工程进度都受到了较大影响，同时外部经济形势及消费信心也有所下降，公司快速启动融资计划，积极储备现金应对未来不确定风险。公司于2020年3月18日召开董事会审议通过《关于向银行申请授信额度的议案》，获得工商银行、招商银行、浦发银行一共9亿元的综合授信额度，进一步提升了公司的抗风险能力。公司也启动了股权再融资计划，拟通过非公开发行股票进行融资，积极引进战略投资者，以优化股权结构、增强资金储备，多方位提升公司竞争力。公司于2020年7月13日召开董事会，通过了2020年度非公开发行预案，拟引进小米科技为战略投资者。

（八）加强对外合作，拓展有效客源

报告期内，公司全面开启与银行、知名家电、地产商的深入合作，除各自主营业务领域的合作之外，还围绕客户价值提升、拓展客源渠道等方面展开合作。公司与工商银行签订《战略合作协议》，约定了金融服务、用户权益合作及渠道与营销合作，双方整合线上线下的渠道优势，联合营销、交叉引流。公司与小米科技的《战略合作协议》主要约定了双方在产品互通、互联网广告领域等方面的合作，并约定将依托小米在智能物联领域的深入布局，并结合东易日盛在家装领域的深厚积淀和数字化能力，探索AIoT物联技术与智能家居生活方式的融合。

强强联手，异业联盟有利于推动各方资源共享和优势互补，在提升东易日盛品牌影响力的同时，拓宽营销渠道，获得有效客源，对公司的经营发展将起到积极的促进作用。

2、涉及财务报告的相关事项**（1）与上一会计期间财务报告相比，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

本集团自2020年1月1日起执行财政部于2017年7月5日发布的《关于修订印发〈企业会计准则第14号—收入〉的通知》（财会【2017】22号）（简称“《新收入准则》”）。

本集团将根据首次执行该准则的累积影响数调整期初留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整。该准则的实施预计不会导致公司收入确认方式发生重大变化，对公司当期及前期的净利润、总资产和净资产不产生重大影响。

（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) 与上一会计期间财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

√ 适用 □ 不适用

本公司通过全资子公司文景易盛投资有限公司持有易日升投资有限公司100%股权，此公司于2020年3月18日注销完毕。

东易日盛家居装饰集团股份有限公司

法定代表人：陈辉

二〇二〇年八月二十八日