

证券代码：002713

证券简称：东易日盛

公告编号：2022-018

东易日盛家居装饰集团股份有限公司 2021 年年度报告摘要

一、重要提示

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，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

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		
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		
传真	010-58636921		
电话	010-58637710		
电子信箱	dyrs@dyrs.com.cn		

2、报告期主要业务或产品简介

（一）业务及产品介绍

东易日盛设立于1997年，主要从事面对个人客户的整体家装设计、工程施工、主材代理、自产的木作产品配套、软装设计及精装后的家居产品等家居综合服务。

东易日盛始终专注于家装产业的创新发展，拥有200余项专利，率先运用数字化手段联通家装全业务，建立了家装行业领先的科技家装模型，通过数字化营销获客系统、数字化销售管理系统、数字化设计系统、

智慧交付系统及家装业务全链条智能运营管理系统（家装SAAS系统），实现了家装项目的全生命周期管控及业务链、服务链、数据链互联互通一体化的解决方案，解决了传统家装的难点、痛点，为客户提供放心的家装体验。

多年来，东易日盛通过对生活方式、设计风格、家居产品的深入研究和客户需求的数据积累，对不同人群家庭生活的个性化生活方式进行归纳总结，开发最适合家的设计和产品；并用爱家的心去发现每位客户、每个家庭适合的生活方式规划，以专业化、产业化的工具手段使其实现，让更多人分享体验到有温度、有品质的美好家居生活。

报告期内，公司开发的超放心三好整装产品，致力于突出年轻、时尚并贴近新生代消费群体，不仅通过高颜值，个性化的海量数字化整装设计案例前置，带给客户可视化的场景选择，更为客户提供多种突出实用、便捷、符合现代生活需求的生活方式。

（1）追求整理与收纳

颜值经济大背景下，“剁手”热潮催生了更多的家居收纳需求，女性对美的要求不断提高，百变美貌的背后是眼影盘和数不尽的口红，是永远少一件的衣服和包包，面对不断增长的物品数量，女生们开始学习各种整理与收纳课程。生活方式的研发简化了收纳过程，缩短了收纳动线，提升了空间利用率，全屋定制产品在有限的空间里完美的满足了美感、整洁、宽敞、舒适的需求。



（2）取消客用空间，重新表达居住权

生活就是用一种最恰当的方式，满足自己物质和精神的双重追求。越来越多的人注重生活的体验感，而非浮于表面。新一代的消费人群更注重家居空间满足自己的生活需求，对客厅空间也有新的规划，减少电视和背景墙在客厅空间的比重，增加与家人的共处空间，比如作为书房，儿童的娱乐空间等等。



客房空间可以用来做书房、健身房，甚至电竞游戏室，留一张折叠沙发床或者翻板床，有客人留宿时再展开。



（3）开放式厨房让做饭不仅是火候的掌控，更是情感的交流

把厨房打开，意味着更加开阔的视野和更加自由流通的场域；开放式厨房方便让人停留、互动，在这里可以喝茶、看书、聊天，将厨房变成“心灵交流的屋”，让家人、朋友在满足食欲的同时，也满足心灵的交互。



（二）行业情况

（1）行业市场情况及特点

中国家装市场空间广阔且增速平稳，根据中国装饰行业协会数据，2020年市场规模达到26,163亿，预计到2025年家装行业市场规模将达到37,817亿，年复合增长率7.6%。

家装行业属于房地产后周期行业，房地产调控政策的短期变化对家装行业形成一定影响。随着一线城市的新建住房市场趋于饱和，房地产行业逐步进入存量时代，一、二线城市存量房已进入二次装修和局部翻新升级的高峰期，二手房和存量房已成为家装行业未来的获客重心。

（2）行业竞争格局和发展趋势

家装行业竞争激烈，“大行业、小企业”格局明显，集中度低，但近年来家装企业数量持续减少。企查查数据显示，2020年家装公司的注册数量同比下降56%，2021年上半年同比下降97%。2020年我国建筑装饰企业共10.6万家，比2016年13.2万家，减少了2.6万家。此外，随着成本上涨、家装业态向整装转化，大企业将呈现成本优势，加上新生代消费群体对审美、品质以及性价比要求提升，规模大、竞争力强的头部企业市占率将持续提升。

（3）公司的行业地位

公司设立于1997年，深耕家装市场，20多年来获得各类奖项百余项，连续多年获得中国质量检验协会“全国产品和服务质量诚信领先品牌”、“全国产品和服务质量诚信示范企业”、“全国消费者质量信誉保障产品”等评定，过硬的服务质量及良好的用户口碑为公司赢得了巨大的市场声誉和卓越的竞争优势，是A股首家家装领域的上市公司。公司业务覆盖京津冀环渤海经济圈、长三角经济区、珠三角经济区、成渝经济区等区域，已建立由家装体验馆、设计馆、家装新零售大店和连锁经营组成的多层次、多渠道的营销网络体系，是中国家装行业的领军企业。

（三）报告期内的主要工作情况

（1）持续加强室内基础工程技术研发，解决行业难点，获得多项专利认定

报告期内，公司自主研发的《室内低楼层排水防反流防气塞结构》、《淋浴区透水性快干地面结构》、《大

尺寸空间柜体》、《居室380V电压配电综合安全智能系统》、《房顶龙骨安装施工方法》、《装配式入户处安全锁》、《室内浸水环境地面综合防水排水结构》、《室内地面薄型减震隔音结构》、《室内底粘胶地板地面防潮找平结构》、《建筑装饰用粉刷装置及基于物联网的控制系统和施工方法》、《减振降门头装饰结构》、《淋浴区透水性快干地面结构》、《轻钢龙骨石膏板免刷漆顶面结构》等多项专利技术获得认定，优化了排水管道、陈列柜、墙地面、吊顶龙骨等多项施工工艺技术，解决了居室住宅电气安全隐患及异型家庭卫浴、电器卫生问题等行业痛点。此外，《基于GAN的家装场景设计系统》、《基于深度学习模型的家装主材智能推荐技术》2项发明专利技术认定，提升了传统木作设计效率，实现了基于人工智能的创新型家装场景应用。

（2）推出好设计、好价格、好品质的“三好整装”产品，受到市场欢迎

公司依托多年的家装服务经验、供应链与交付能力等综合能力，持续开发具备高颜值、个性化优势，做到快报价、真报价、准报价，并采用精选材料、高品质工艺的“三好整装”产品，为客户提供包含从家装设计、施工到家具产品、软装饰品搭配的全过程产品，提供家庭装修的一站式解决方案，并不断完善整装产品应用组合，满足了市场需求，大大提升了客户体验。

报告期内，公司自主设计研发独立整装案例百余套，包括E3、E5、E7系列，覆盖现代、北欧、新中式、轻奢等风格，并将案例产品应用组合呈现在星耀销售APP，帮助销售人员及客户通过生活方式整装案例模板配置找到适合的户型和案例，高效沟通、快速估价，协助客户做出决策。各地分公司在集团原型案例的基础上进行个性化和重点楼盘的整装案例设计，形成海量案例库应用。在配套产品方面，公司力求供应链渠道拓展合作模式多元化，目前整装产品垂直供应链累计在售产品18大项4700个SKU，区域供应链在线6800个SKU，确保产品的丰富度和价格优势。

（3）加大品牌建设力度，推动家装超放心理念，获得广泛关注和认可

报告期内，公司加大品牌建设力度，推动东易日盛品牌向年轻化、潮流化迈进，大胆运用cosplay、网红、新国潮等元素，让品牌调性更年轻化；推出更时尚、科技感、高频互动的新品牌形象，并提出家装行业让消费者放心的理念，获得人民网、新华网、中国新闻网、环球网等20余家媒体的认可、报道，大大提升了品牌曝光及品质感。公司还在艺术、空间、设计领域探索、融合，与世界级芭蕾舞艺术家谭元元携手合作艺术与宣传活动，将东易日盛艺术形象推向新高度。公司还参与了国家级媒体栏目“国牌说”的深度互动，通过丰富的媒体资源、强大的联动渠道不断提升东易日盛品牌力。

（4）深化内容营销布局，促进精准引流

报告期内，公司持续深化数字化营销与内容营销布局。深化研发应用各类自有APP小程序、全民营销推广工具等将客源引流到店，通过DIM+系统与真家云展示系统，全方位展示、管控家装过程，以用户口碑为核心，提升客户体验，增加客户粘性。其次，借助科技家装及精准营销系统，布局多个营销生态，通过抖音、小红书、视频号等平台，广泛传播包括家装设计、家装黑科技、生活方式、主材、辅材、工地现场、验收等家装、家居领域的专业知识，力争成为家装领域KOL，通过内容传播改变客户对于家装行业的认知，帮助用户进行装修决策。各分公司还使用了专业营销工具，通过营销推广费效分析，精准引流，同时分析客户的个性化需求，应需调整产品结构，提升整体服务体验。

（5）家装交付服务标准升级，数字化保障提升效率

报告期内，公司以科技及创新模式全面升级家装系统，全新推出超放心家装，提出七零承诺：零增项、零偷工、零减料、零遮掩、零延迟、零担忧、零超标，确保每位消费者的家在环保、品质方面一步到位，以实际行动让消费者放心。

在整装业务交付方面，SAAS系统打通了上下游业务链、服务链、数据链，完成在线签约、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。为更加贴近一线人员操作习惯，优化电脑管理端使用功能23项、员工手机汇报端使用功能19项、客户展示端界面3项。整体准时交付率达到95%以上，客户满意度达到9.5分以上。

在原创业务交付方面，360°交付管理天眼系统已实现协议、合同、领料进场的界限划分，按户盯控

交付进度，客户线上验收、变更确认等环节，与客户的互动效率也进一步提升。整体准时交付率达到90%以上，客户满意度达到9.5分以上。

(6) 举办专业奖项，设置公开课，促动设计交流，提升设计理念

报告期内，公司在中国建筑学会室内设计分会指导下，联合行业多家知名设计机构代表共同举办2021红创设计奖，设计师们身处数字时代，面对消费升级、疫情冲击以及新的市场环境和消费人群趋势变化，围绕“设计新浪潮”和“家的未来式”展开多维度探讨，通过对话方式让线上线下的全国设计师互相启发共同进步，以专业精神传承中国艺术、文化，从而推动设计产业的发展，为客户创造更多价值。红创奖联合网易设计举办“设计美学跨界溯源之旅”，通过多种艺术领域的学习、体验感知设计内涵，帮助新生代设计师在设计灵感、专业度方面有新的认知和提升，践行“将爱与灵魂融入家装设计，将文化底蕴赋予生活，把冰冷的瓦片瓷砖授予新的生命”理念，为客户创造更加美好的生活方式。

在公司内部，公司家装业务平台发起“设计师月度公开课”项目，针对设计方法、专业技能、服务经验、案例分享等内容定期组织线上精品课程，让学习常态化，不断精进全国综合设计能力，帮助设计师抓住客户需求变化，创新设计、产品，最终保障客户家居装饰设计服务体验的满意度。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年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

单位：元

	2021 年末	2020 年末	本年末比上年末增减	2019 年末
总资产	3,710,902,151.46	3,162,984,866.27	17.32%	2,894,326,112.53
归属于上市公司股东的净资产	975,174,001.48	897,593,268.13	8.64%	719,337,305.97
	2021 年	2020 年	本年比上年增减	2019 年
营业收入	4,291,926,241.66	3,446,665,287.33	24.52%	3,798,966,067.68
归属于上市公司股东的净利润	77,543,085.80	180,320,626.98	-57.00%	-249,262,814.87
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	85,452,478.49	75,695,352.89	12.89%	-327,582,252.13
经营活动产生的现金流量净额	155,654,655.89	207,888,110.38	-25.13%	104,525,819.66
基本每股收益（元/股）	0.18	0.43	-58.14%	-0.60
稀释每股收益（元/股）	0.18	0.43	-58.14%	-0.60
加权平均净资产收益率	8.28%	22.30%	-14.02%	-26.74%

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	488,898,052.74	1,281,864,550.25	951,761,272.22	1,569,402,366.45
归属于上市公司股东的净利润	-220,455,514.43	92,446,928.47	-62,179,304.60	267,730,976.36
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-218,725,285.35	90,569,089.87	-55,748,250.70	269,356,924.67
经营活动产生的现金流量净额	-67,709,649.86	249,192,337.36	35,021,116.75	-60,849,148.36

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是 否

4、股本及股东情况

(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

报告期末普通股股东总数	13,199	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	12,586	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	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、标记或冻结情况		
					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	54.11%	227,014,583	0	质押	50,610,000	
小米科技(武汉)有限公司	境内非国有法人	5.01%	21,000,000	0			
天津晨鑫信息咨询有限公司	境内非国有法人	3.13%	13,133,191	0			
山西证券股份有限公司约定购回专用账户	其他	2.00%	8,390,000	0			
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	1.80%	7,566,348	0			
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			
陈辉	境内自然人	1.36%	5,711,520	4,283,640			
杨劲	境内自然人	1.36%	5,711,520	5,711,520			
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	0.97%	4,089,126	0			
上述股东关联关系或一致	股东陈辉先生直接持有股东东易天正 68.24%的股权；股东杨劲女士直接持有股东东易天正 31.76%的股权。山西证券股份有限公司约定购回专用账户为股东东易天正与山西证券股份						

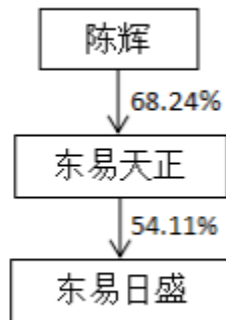
行动的说明	有限公司进行约定购回式证券交易的专用账户。
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	不适用

（2）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。

（3）以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



东易天正将所持有东易日盛的 839 万股份（占公司总股本的 2%）于 2021 年于 7 月 22 日与山西证券进行了约定购回式证券交易，根据约定，在股份待购回期间，该股份表决权，由山西证券按照东易天正的书面意见行使，故截止到 2021 年 12 月 31 日，东易天正对东易日盛实际控股比例为 56.11%。

2022 年 1 月 4 日，东易天正与上海玖鹏资产管理中心（有限合伙）代表“玖鹏大鹏精选 20 号私募证券投资基金”（以下简称“玖鹏基金”）签署了《股份转让协议》，将其所持有的公司 25,150,000 股股份（无限售流通股，占公司总股本的 5.99%）协议转让给玖鹏基金。具体内容详见公司于 2022 年 1 月 6 日披露于《证券时报》和巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）上的《关于控股股东签署股份转让协议暨权益变动的提示性公告》及相应的《简式权益变动报告书》。

5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

报告期内，公司经营情况未发生重大变化，具体情况详见公司2021年年度报告全文。