

公司代码：603661

公司简称：恒林股份

恒林家居股份有限公司
2020 年半年度报告摘要

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
无

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	恒林股份	603661	不适用

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	陈建富	汤鸿雁
电话	0572-5227673	0572-5227673
办公地址	浙江省安吉县递铺街道夹溪路378号	浙江省安吉县递铺街道夹溪路378号
电子信箱	hlgf@zjhenglin.com	hlgf@zjhenglin.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	4,282,541,967.36	3,744,191,015.09	14.38
归属于上市公司股东的净资产	2,591,891,634.36	2,520,942,464.42	2.81
	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增

	(1-6月)		减(%)
经营活动产生的现金流量净额	174,822,889.99	82,230,264.24	112.60
营业收入	1,787,362,171.11	1,183,235,862.85	51.06
归属于上市公司股东的净利润	156,368,829.20	125,697,404.48	24.40
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	141,751,420.23	88,491,798.55	60.19
加权平均净资产收益率(%)	6.04	5.41	增加0.63个百分点
基本每股收益(元/股)	1.57	1.26	24.60
稀释每股收益(元/股)	1.57	1.26	24.60

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)		10,767				
截止报告期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	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	
王江林	境内自然人	59.04	59,041,333	59,041,333	无	0
安吉恒林商贸有限公司	境内非国有法人	11.25	11,250,000	11,250,000	无	0
恒林家居股份有限公司回购专用证券账户	其他	1.43	1,434,509	0	无	0
上海于翼资产管理合伙企业(有限合伙)－东方点赞证券投资基金	其他	1.24	1,243,556	0	无	0
方文斌	境内自然人	0.82	820,477	0	无	0
王雅琴	境内自然人	0.75	750,000	750,000	无	0
上海明沓投资管理有限公司－明沓价值成长1期私募投资基金	其他	0.58	581,525	0	无	0
浙江银泰睿祺创业投资有限公司	境内非国有法	0.50	496,799	0	无	0

	人					
平安银行股份有限公司—中庚价值灵动灵活配置混合型证券投资基金	其他	0.46	463,246	0	无	0
华泰金融控股（香港）有限公司—自有资金	其他	0.45	450,313	0	无	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、王江林为公司控股股东、实际控制人，安吉恒林商贸有限公司是王江林及其配偶梅益敏投资设立的有限责任公司，王雅琴系王江林的胞姐，王凡系王江林之子。根据《上市公司收购管理办法》第八十三条关于投资者及一致行动人的规定，王江林、安吉恒林商贸有限公司、王雅琴、王凡应认定为一致行动人。2、公司未知上述其他前10名无限售条件股东之间，以及前10名无限售流通股股东和前10名股东之间是否存在关联关系，以及是否属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	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

2020年上半年，新冠疫情肆虐全球，世界经济持续低迷，行业竞争不断加剧，公司管理层积极采取多种措施加强疫情防控，同时大力推进技术研发创新和市场开拓，推动公司业绩稳步增长。公司继续实行大客户营销策略，以客户需求为导向，通过加大研发创新力度、创新产品类别、拓展营销渠道等方式提升公司产品在国内外市场的竞争力和影响力，充分利用已有线上B to C营销及线下B to B营销的资源，进一步拓展公司自主品牌线上销售，重点建设跨境电商（如亚马逊平

台)等新兴营销渠道,提升国内外市场经营业绩;优化供应链管控,推进集中采购建设,降低采购成本;在深耕现有 OEM、ODM 业务的同时,致力于为用户创造高效的办公环境和温馨的居家环境,提出以“创造好的办公环境不是成本,而是一种投资”的理念整合全球资源、拓展办公系统解决方案市场,并通过实施“办公系统解决方案”和“大家居”战略驱动公司发展,通过内生式增长和外延式并购的方式,扩大经营规模,提升经营效率,推动公司可持续发展。

2020 年上半年,公司实现营业总收入 178,736.22 万元,同比增长 51.06%;实现归属于母公司的净利润 15,636.88 万元,同比增长 24.40%。

2020 年上半年,公司的主要经营情况回顾如下:

1、建设海内外生产制造基地,形成全球化生产制造布局

公司经过多年的坐具、家具生产积累和发展,公司走出去的时机已经成熟,在技术、市场、团队等各方面的要素都具备了走全球化生产制造路线的条件。另一方面,近些年国内一流的家具企业“走出去”建厂步伐正不断加快,跨国生产经营成为家具企业在国际竞争中脱颖而出的重要途径。海外生产基地的建设是公司全球化布局的重要一步,目前通过合理分散制造基地中心,公司已有的能力抵御现阶段贸易摩擦可能带来的风险。公司将继续推进全球化布局,以提升资产质量为核心,强化现有的海外经营体系,切实落实国际化经营,通过国际化运营的方式来打破贸易壁垒以及降低贸易摩擦所带来的影响;同时“一带一路”等国家战略蕴含着巨大的发展机遇,也给公司全球化发展带来了机遇。

公司已形成了总部 A+B+C 区的生产基地(生产制造办公椅、沙发、按摩椅)、子公司恒鑫金属生产基地(生产制造家具金属配件)、锐德海绵生产基地(生产制造海绵)、广德恒林定制家具生产基地(生产制造定制家具)、安徽信诺板式家具生产基地(生产制造宜家板式家具)、越南生产基地(生产制造办公椅、沙发)以及瑞士 lista office 生产基地(生产制造办公家具),全球化生产制造布局形成。报告期内,公司继续推进全球化生产制造基地的布局工作,同时稳步推进国内广德恒林定制家具生产制造基地、锐德海绵生产基地扩建工作,加快越南办公椅和沙发生产制造基地的扩建工作。

2、建设智能工厂,实现座椅智能制造

根据公司座椅行业生产模式与生产过程的特点,针对公司座椅产品种类的变更非常频繁、生产线频繁重构和切换、自动化程度及智能化程度较低和过多依赖人力等现状,以座椅产业智能制

造为主攻方向，分别从“车间/工厂设计数字化”、“产品设计数字化”、“制造过程装备数字化”、“造过程管理信息化”、“数据互联互通”、“物流配送信息化”、“能源资源利用集约化”方面，应用工业 4.0、智能制造等先进制造理念的方法、手段和技术，对座椅智能制造进行需求分析，加快公司数字化、网络化和智能化转型，构建座椅生产的智能制造生产线，实现自动化与信息化的高效融合以精细化控制座椅生产过程，从而提高公司生产柔性、缩短生产周期、提升产品品质、提高生产效率、降低生产成本，带动座椅产业链协同创新，提升发展质量和效益，推动公司座椅制造业高质量发展。

通过基于多传感器融合和机器人辅助的智能制造单元集成控制技术、智能化生产线的状态分层数据采集及其信息集成技术、基于高度信息化集成与智能设备资源的座椅智能制造系统关键技术实现公司座椅智能制造。一是梳理座椅各部件的生产工艺流程，针对现行座椅工艺呈现离散化及工艺过程信息化欠缺等问题，引入 AGV、吊挂系统及流水线（座椅行业首创工艺流程）、机器人等形式，连接各工序，形成新的办公座椅生产工艺流程，使其适应办公座椅智能生产模式；二是基于新工艺流程，改进定型棉智能柔性制造单元、智能注塑机械手单元、机器人激光焊接智能制造单元、环保真空静电喷塑流水线单元、智能仓储（座椅行业首家创建智能化立体仓库）物流等座椅核心制造设备，通过机器人、流水线等形式连接各智能制造单元，基于工业互联网等信息感知技术，实现生产现场设备互联集成与生产过程自动化；三是建立座椅原物料采购、设计、制造、销售等环节基础数据库，基于企业资源计划(ERP)系统、高级排程系统(APS)、制造执行系统(MES)、产品全生命周期管理(PLM)、客户关系管理系统(CRM)、仓储管理系统(WMS)信息平台，研究异构信息平台之间的信息集成技术，形成智能制造信息系统；四是在座椅生产线中引入信息感知技术和多维数据采集技术，收集设备层、控制层、管理层、企业层、云服务层、网络层等数据信息至智能制造信息系统，构建具有自决策、自执行、智能质量管理的座椅智能制造系统，实现座椅生产设备网络化、生产数据可视化、生产过程透明化。

公司智能化工厂建成后，座椅智能化生产线，满足了客户小批量、多品种的离散制造需求，建立了高效物流系统和智能仓储系统，完善了智能制造信息系统，特别 ASP、MES、PLM 等信息平台的集成技术、信息系统和生产线之间的数据收集分析技术及整体解决方案，有利于公司减少用工成本、提升生产效率，从根本上解决降成本、提品质、增效益的核心生产问题。

3、拓展跨境电商业务，自建海外仓储物流基地

随着互联网基础设施的不断完善和全球物流网络的建设，跨国电子商务得到了较高速度的增

长,交易规模不断扩大。我国出口跨境电商市场规模从 2013 年的 2.7 万亿元增加至 2018 年的 7.1 万亿元,市场规模逐年增长。其中,出口 B2C 模式规模 2018 年达 1.4 万亿,2013-2018 年 CAGR 高达 30%,高于 B2B 模式。根据电子商务研究中心数据,2018 年中国出口跨境电商国家主要分布在美国(17.5%)、法国(13.2%)、英国(8.4%)等,东南亚、中东、非洲等新兴市场占比仍较小。但值得注意的是,随着新兴市场国家的互联网建设普及和消费者网络购物习惯养成,这些新兴国家的跨境电商市场,正展现出较大的开发和增长潜力。

2020 年 1 至 6 月,公司继续推动跨境电商业务的发展,抓住办公椅、沙发等产品跨境电商爆发性需求市场机会,引进跨境电商运营团队,发展跨境电商自有品牌,根据业务及岗位需求配置关键岗位人员,制定国内外跨境电商部门规范化流程,设定跨境电商、海外仓 KPI 考核指标,确保完成跨境电商业务经营目标。投资成立海外运营公司。具体表现为以下四个方面:

(1) 提升跨境电商业绩

跨境电商业务是通过互联网营销手段实现实物商品销售,是互联网流量变现的另一种形式。公司跨境电商业务主要通过运用算法分析海外市场、精准定位客户群体,在社交网络平台(如 Facebook、google)投放产品广告进行线上 B2C 销售,将高性价比的办公椅、沙发等家居产品跨境销售至美国。

(2) 建设跨境电商自有品牌

打造跨境电商自有品牌的发展路线,拥有在售产品的品牌和知识产权,已形成跨境电商品牌,主要产品品类包括办公椅、沙发等,随着跨境电商销售规模的扩大,会不断增加线上销售的产品品类。

(3) 加快海外仓储物流基地部署

从规模优势出发,结合跨境物流市场变化,以及公司海外仓服务体系的战略部署,未来在美国打造自有物流仓储服务体系,将公司原有零散的国际间产品运输转化为大宗运输,降低公司物流成本,缩短出口北美洲市场业务订单周期,提高周转率,增强客户及用户体验,更好服务北美洲市场客户、用户,进一步拓展北美洲市场,扩大产品品类销售范围和销量,从而提升公司在北美洲市场竞争力。

(4) 提升库存管理能力

公司跨境电商库存管理主要根据历史销售数据、产品生命周期等进行备货。公司通过各业务环节获取运营数据，进行不同流程环节的配套算法模型开发，对存货和滞销品进行管理。

4、驰援武汉火神山、雷神山医院，切实履行社会责任

2020年初，当公司了解到武汉集中收治新型冠状病毒肺炎患者的火神山医院和雷神山医院正在建设中。作为一家肩负社会责任和担当的上市公司。公司一直高度关注疫情的进展情况，心系湖北、心系全国人民及医护人员的安危。公司启动紧急驰援武汉行动，捐赠火神山、雷神山医院的办公家具。

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

3.3 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