

公司代码：600336

公司简称：澳柯玛

澳柯玛股份有限公司

2017 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	澳柯玛	600336	

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	王英峰	季修宪
电话	0532-86765129	0532-86765129
办公地址	青岛经济技术开发区前湾港路315号	青岛经济技术开发区前湾港路315号
电子信箱	wyf@aucma.com.cn	dmb@aucma.com.cn

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	4,539,196,921.88	4,159,914,747.62	9.12
归属于上市公司股东的净资产	1,808,623,082.66	1,762,320,601.15	2.63

	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	-139,726,652.49	-34,461,890.34	不适用
营业收入	2,397,548,100.31	2,206,720,520.56	8.65
归属于上市公司股东的净利润	46,302,481.51	64,223,982.33	-27.90
归属于上市公司股东的扣除非 经常性损益的净利润	34,032,502.49	55,622,229.41	-38.81
加权平均净资产收益率(%)	2.59	6.16	减少3.57个百分点
基本每股收益(元/股)	0.0596	0.0942	-36.73
稀释每股收益(元/股)	0.0596	0.0942	-36.73

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)		40,498				
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	
青岛市企业发展投资有 限公司	国有法人	39.07	303,492,325	44,416,244	质押	99,416,244
青岛城投金融控股集团 有限公司	国有法人	8.96	69,569,220	44,554,366	质押	69,569,000
李科学	其他	0.81	6,325,659	5,710,659	未知	
王树先	其他	0.79	6,161,500		未知	
汤海贤	其他	0.50	3,910,000		未知	
王祥业	其他	0.49	3,841,771		未知	
中信证券股份有限公司	其他	0.41	3,192,897		未知	
张薇	其他	0.39	3,026,169		未知	
管庆林	其他	0.28	2,154,500		未知	
广州科源中小企业投资 经营有限公司	国家	0.26	2,000,000	2,000,000	未知	
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司未知上述股东之间是否存在关联关系或一致行动人的情况					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无					

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

报告期内，国内外形势依然复杂多变，国内经济下行的压力依然存在，房地产调控政策趋紧，人民币升值压力显现，国内家电行业继续在“新常态”下运行。同时，大宗原材料价格继续处于高位盘整，行业整体成本上升。随着消费结构的升级，高端智能化的家电产品比重不断增加，智慧冷链产品亦面临着难得发展机遇。此外，销售渠道模式的变革、技术的不断更新等也对价值链的改变影响巨大。

报告期内，公司按照年初确定的工作主线及经营目标，在“互联网+全冷链”发展战略指引下，主动适应市场发生的新变化，积极推进产品及产业转型升级，经过全体员工不懈努力，取得了一定成绩。报告期内，公司实现营业收入 23.98 亿元，同比增长 8.65%，实现归属于上市公司股东的净利润 4630.25 万元，同比下降 27.90%；截至报告期末，公司总资产 45.39 亿元，净资产 19.64 亿元，资产负债率 56.73%；公司经营活动产生的现金流量净额为-13972.67 万元。

报告期内，公司重点开展了以下工作：

一是加强新品研发，实施精品工程，提升产品力。

上半年，公司以智慧家电和智慧冷链为主线，大力推进新品的研发，实施精品工程，着眼于产品平台优化，按照模块化、通用化的原则，整合资源，降低成本，提升产品的竞争力。

智慧家电方面，公司研发了 0.1℃精控智酷系列冷柜，采用 0.1℃深冷精控技术，配置最新阻霜、抑菌、除臭模块，打造新一代家用深冷冷柜旗舰。公司重点进行智慧风冷冰箱的开发，连续推出十字四门风冷智慧冰箱、中式五门风冷智慧冰箱、双变频德式风冷智慧冰箱和智能 U+人机交互冰箱等精品，大力推进公司冰箱产品的转型升级和结构调整。同时，公司还推出了智慧变频滚筒洗衣机、全方位静音空调、智能蓝牙通话烟机和高端智能热水器等一系列高端产品，着力提升公司产品竞争力。

智慧冷链方面，以用户需求为核心，公司建立起了八大冷链解决方案，全力打造智慧物联生态圈。公司与拥有世界级企业物联平台的艾拉物联合合作开发了语音控制智能酒柜；配置自主研发的@SEE 智慧资产管理系统商用展示柜，能够为商用售卖用户提供资产管理、资产巡查、销售管理、销售大数据等增值服务；自动售卖系统展示柜配备了大液晶显示屏，用户通过扫描屏幕上的二维码，展示柜门就能自动开合，提升了消费者的购物体验。

二是加快智能制造工厂的建设。

公司继续着力推进智能制造工厂的建设，报告期内，冷柜智能制造工厂项目已竣工投产，该项目通过运用物联网技术对所有机器人进行联网监测控制，实现智能化、自动化、柔性化生产，提高生产线设备效率，降低劳动强度。工厂通过与 O2O 销售平台、TMS 系统的连接初步实现用户的个性化定制，实现了由传统制造向智能制造的升级。

三是推进 O2O 营销平台建设，提升营销力。

报告期内，O2O 营销平台建设项目一期已全面上线运行，目前已经初步搭建了与一级经销商协同的 B2B 电子商务平台，建立了公司统一整合的 B2C 官方商城、可视化的 TMS 物流管理平台，初步构建了支持 B2C 业务的全国配送体系。同时，初步建立了会员管理平台，为精准营销、送装一体化打下了基础。为推进线上线下融合，公司 O2O 线下体验服务店也按计划开始建设，为消费者提供更好的购物体验，有效提升营销力。目前，公司的 O2O 二期项目正在推进中。

四是加强品牌宣传，提升品牌力。

报告期内，公司以建厂 30 周年为契机，开展了一系列主题营销活动与新闻媒体采访团系列报道活动。公司入选了“好品山东”央视宣传推广项目，澳柯玛中式智慧冰箱广告片登陆央视，

同时，公司还入围了首批“CCTV 中国品牌榜”。新媒体方面，公司充分利用微信、微博等社交平台，加强与粉丝互动及公司品牌推广。此外，公司还积极利用中国家电及消费电子博览会（AWE）、亚洲生鲜配送展、中国国际食品和饮料展览会等进行新品集中展示，提升公司智慧家电和智慧冷链的知名度。

五是加强内部管理，继续积极开展“三创”工作，提升企业的创新能力。

报告期内，公司继续推进研产销一体的全价值链精益管理，通过精益设计、精益生产、精益营销，推动企业精益管理水平不断提升。创新订单交付模式，推动公司由库存式生产模式向“T+N”的订单式交付模式转变。进一步深化各单位自主经营权，提升市场响应速度。继续在公司内部大力进行“三创”活动，营造积极创新氛围，完善创新机制，鼓励员工创新产品、创新渠道、创造顾客。

下半年，公司将以用户的思维，继续深入推进产品和营销模式创新转型，提升产品的竞争力和营销力，从战略、运营、管理和内控四个方面强化公司运营，做好成本费用及两项资金控制，提高资产配置效率，着力提升经营质量，提高公司的整体竞争力，努力实现全年工作目标。

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

具体内容详见与本半年度报告同日发布的《澳柯玛股份有限公司关于执行新会计准则涉及会计政策变更的公告》（编号：临 2017-036）。

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