

证券代码：002482

证券简称：广田股份

公告编号：2015-020

深圳广田装饰集团股份有限公司 2014 年年度报告摘要

1、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读同时刊载于深圳证券交易所网站等中国证监会指定网站上的年度报告全文。

公司简介

股票简称	广田股份	股票代码	002482
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	朱旭	郭文宁	
电话	0755-22190518	0755-22190518	
传真	0755-22190528	0755-22190528	
电子信箱	zq@szgt.com	zq@szgt.com	

2、主要财务数据和股东变化

(1) 主要财务数据

公司是否因会计政策变更及会计差错更正等追溯调整或重述以前年度会计数据

☐ 是 ☒ 否 （报告期内，公司会计政策变更对下列数据没有影响）

	2014 年	2013 年	本年比上年增减	2012 年
营业收入（元）	9,787,970,298.50	8,691,326,910.46	12.62%	6,777,827,064.23
归属于上市公司股东的净利润（元）	536,543,757.02	522,926,652.37	2.60%	378,511,159.91
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	530,457,454.62	520,137,068.92	1.98%	376,352,564.49
经营活动产生的现金流量净额（元）	245,268,917.66	-57,535,841.72	526.29%	-758,611,068.61
基本每股收益（元/股）	1.04	1.02	1.96%	0.74
稀释每股收益（元/股）	1.02	1.02	0.00%	0.74
加权平均净资产收益率	13.60%	15.29%	-1.69%	12.86%
	2014 年末	2013 年末	本年末比上年末增减	2012 年末
总资产（元）	11,327,217,353.82	8,836,655,420.72	28.18%	7,136,959,529.25
归属于上市公司股东的净资产（元）	4,179,118,438.71	3,711,276,892.45	12.61%	3,126,653,630.08

(2) 前 10 名普通股股东持股情况表

报告期末普通股股东总数	20,701	年度报告披露日前第 5 个交易日末普通股股东总数	15,325
-------------	--------	--------------------------	--------

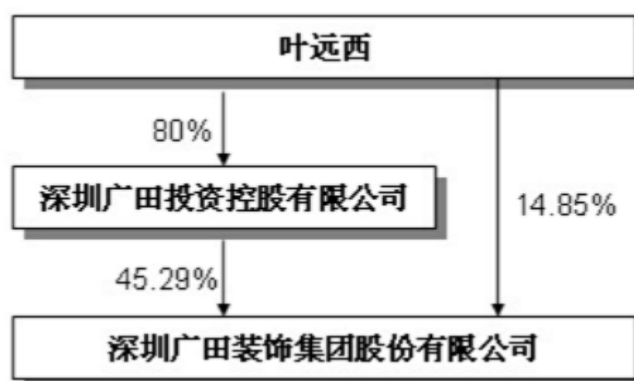
前 10 名普通股股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
深圳广田投资控股有限公司	境内非国有法人	45.29%	234,240,000	0	质押	59,000,000
叶远西	境内自然人	14.85%	76,800,000	76,800,000		
新疆广拓股权投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	3.71%	19,200,000			
中国建设银行—银华富裕主题股票型证券投资基金	其他	1.60%	8,266,274			
陆宁	境内自然人	0.76%	3,945,298	3,945,298	质押	3,945,298
中国银行股份有限公司—宝盈核心优势灵活配置混合型证券投资基金	其他	0.58%	3,000,000			
全国社保基金四一五组合	其他	0.41%	2,107,603			
中国工商银行股份有限公司—景顺长城中国回报灵活配置混合型证券投资基金	其他	0.39%	1,999,925			
全国社保基金四一七组合	其他	0.39%	1,999,825			
黄少名	境内自然人	0.26%	1,324,538			
上述股东关联关系或一致行动的说明	深圳广田投资控股有限公司由公司实际控制人叶远西控制；新疆广拓股权投资合伙企业（有限合伙）执行事务合伙人叶远东为叶远西之兄。除以上情况外，公司未知其他前十名股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人；公司未知其他前十名无限售股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	(1)公司股东黄少名通过普通证券账户持有 0 股，通过招商证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有 1,324,538 股，实际合计持有 1,324,538 股。(2)公司股东王伟红通过普通证券账户持有 0 股，通过齐鲁证券有限公司客户信用交易担保证券账户持有 1,106,730 股，实际合计持有 1,106,730 股。					

（3）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。

(4) 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



3、管理层讨论与分析

(1) 概述

2014年，国内固定资产投资和房地产投资步入常态增长阶段。新常态下，建筑装饰行业增速放缓但市场依然广阔。新型城镇化进程中，机场轨道、文化体育、医疗服务、商业配套等社会民生类建筑装饰项目需求增大，“一带一路”战略下，海外建筑装饰市场发展潜力凸显。同时，传统建筑装饰行业拥抱移动互联网实现颠覆性创新已是大势所趋。公司积极践行“平台化转型”战略，深化事业部改革，全力把握“互联网+传统产业”机遇，进军互联网家装和智能家居等新兴市场，为公司转型发展奠定了坚实基础。

公司蝉连中国建筑装饰百强企业第三名，荣获《财富》中国500强企业称号，旗下子公司广田设计院还被评为中国建筑装饰设计机构50强企业第三名。全年获得鲁班奖、全国建筑工程装饰奖18项，全国建筑装饰行业科技示范工程奖18项，全国建筑装饰行业科技创新成果奖16项。优秀的业绩和良好的公司治理也赢得了资本市场的青睐和广大投资者的认可，2014年公司获评深交所信息披露A等，获得“最佳中小板上市公司”等诸多奖项，公司的知名度和美誉度在行业和资本市场持续提升。

2014年，公司实现营业收入978,797.03万元，比上年同期增长12.62%；实现营业利润64,000.91万元，比上年同期增长3.31%；实现归属于上市公司股东的净利润53,654.38万元，比上年同期增长2.6%。

报告期公司主要经营管理工作：

① 搭建“平台”，夯实管理，促进装饰业务稳定增长

一是实施“平台化”战略，推行“大事业部”制。不断提高总部服务和管理水平，为事业部提供卓有成效的品牌、管理、融资、采购等平台支持。全年新建优秀事业部团队多个，为后续业务发展储备了力量。同时，通过评级授信制度，对事业部实行差异化管理，实现公司资源的有效合理配置，激发事业部团队的自主能动性，鼓励有潜力的团队做大做强。二是实施“大营销”战略，客户结构单一的情况明显改善。全年业务拓展情况喜人，新签订单同比增长近5成，大额订单、总承包订单数量明显增多，客户结构单一的情况显著改善，大体量、高难度项目的承接能力切实提升。2014年当年承接的总承包工程遵义国宾馆、遵义新城酒店均在极短时间内设计、施工完毕，获得甲方高度评价。三是充分利用产业金融杠杆，夯实公司总包集成能力。子公司广融基金遵循投资管理伙伴化、投资产品结构化、资金筹措杠杆化、融资成本市

场化的运作原则，与多家非银金融机构加强业务合作，优选项目投资，发挥了资金杠杆优势，提升了公司的议价能力和利润水平。四是依托ERP系统加强项目管控，管理效率有效提升。公司ERP系统顺利上线，除实现对项目施工进度、资源、成本、收入、资金之全方位管控外，还整合了工程管控258体系核心环节，实现了项目流程及现场施工管理的信息化、工程施工和部门间协作流程标准化，有效提升了公司管理效率。五是加强催回收款，经营现金流明显改善。成立了工程结算回款专设机构，认真梳理未结算项目，制定时间计划，催促回款及结算，公司2014年度经营活动现金流量实现正流入。六是高度重视“一带一路”的机遇，布局海外市场。先后在澳门、香港设立了子公司，并计划在迪拜设立分公司，逐步布局海外市场。

②积极布局互联网家装和智能家居，加大科研投入，切实转型升级

互联网对传统行业的颠覆，以及产业物联网时代的到来，预示着互联网家装和智能家居市场的广阔前景。在住宅精装修领域，公司不论市场占有率还是产业规模一直稳居行业第一。公司依托已有住宅精装优势，积极布局互联网家装及其相关产业链，广纳互联网精英、家装行业专家、工程专家组建互联网家装团队，稳步推进线上线下筹备工作。公司深刻认识到数字家庭已经成为新的消费热点，智能家居是互联网影响下的物联化，市场空间巨大。公司引进智能家居领域高端人才，采用先进的智能控制技术和物联网技术，以平板和智能终端为控制中心，实现对家电、灯光等家居设备的自动控制，对家庭安防、家居环境、健康检测、家庭能源的自动管理，智能家居业务已启动良好开端。公司被授予国家数字家庭应用示范产业基地智慧家庭（居住区）试点单位，参与物联网智慧家庭（居住区）领域的国家标准研发、编制，体现了国家对公司智能领域研究成果的认可。

公司坚持“绿色、低碳、文化、科技”的发展宗旨，加大科研投入促进转型升级，提升核心竞争力。公司成立科学技术研究院，以传统家居及建筑装饰行业升级改造为发展方向，就互联网+（精装、金融、劳务）、生态建材、先进制造（工业4.0、3D打印、曲面技术等）、智能家居等新兴领域深入研究，在建筑垃圾循环应用、工业废弃物、建筑再生料和沙漠风积沙建材再利用、幕墙通风构造等方面深入研究并取得初步成果。2014年度获得专利35项，参编国家标准18项，参编行业标准16项，控股子公司深圳市广田方特幕墙科技有限公司获得国家高新技术企业证书。此外，公司成功承办第十届文博会广田分会场，是中国建筑装饰行业首家文博会分会场，改变了“高污染、高能耗、技术薄弱、劳动密集”等传统装饰行业固有印象，广田品牌之知名度、美誉度显著提升。

③筑巢引凤，注重激励，为转型升级储备人才

报告期内，公司完成了新一届董事会换届选举，聘任了高管团队，引入优秀的职业经理人搭建了良好的人才梯队，公司股东大会、董事会、管理层三层治理结构更加明晰。公司推出了限制性股票激励计划，对59名高管和核心人员授予限制性股票1484万股，设定2014-2016年度业绩指标，形成了核心员工与全体股东的利益共享和风险共担机制，督促公司高管和核心团队更加勤勉尽责，为公司发展不懈努力。同时，公司为适应转型升级之需求，广纳贤才，其中不乏移动互联网、软件设计、云计算方面的人才，并入围智联招聘2014中国年度最佳雇主十强，是建筑装饰行业唯一一家荣获“最佳中小企业雇主”奖项的企业。公司还注重校企合作，装饰行业首家设立研究生工作站和“培养研究生示范基地”，促进高校智力资源和社会行业发展需求的准确对接。公司注重内部专家的培养，多人加入中国建筑装饰协会专家库、深圳市装饰

协会专家库。

④建立设计分院，寻求合作伙伴，设计实力明显提升

公司设计院鼓励综合分院和专业分院的建立，完善设计师工作室制，建立建筑、室内、幕墙、园林景观等全专业设计服务体系，推行先进的国际机构管理运作模式，鼓励、重视设计师品牌效应，引入国际设计团队，建立、完善校企合作机制，重视学术研究和人才培养。设计综合能力获得行业及客户的高度认可。公司设计院荣获2014年度中国建筑装饰设计机构五十强“前三名”，2014亚太地区中国国际空间环境艺术设计大赛筑巢奖金奖，2012-2013年度国际环艺创新设计大赛一等奖，贵州遵义宾馆荣获中外酒店（第九届）白金主题酒店设计白金作品奖。此外，公司与同济大学建筑设计研究院（集团）有限公司签署了战略合作协议，将在设计、BIM等领域开展多形式、多层次的技术、学术交流与合作，并进行商务信息共享，建立业务相互推荐的合作关系，为双方业务协同奠定了良好的基础。

（2）核心竞争力分析

公司是中国建筑装饰协会副会长单位，是首批全国建筑装饰行业AAA级信用企业、广东省工商部门认定的连续17年“守合同重信用”企业，并先后通过了ISO9001质量管理体系、ISO14001环境管理体系、GB/T28001职业健康安全管理体系认证。“广田”商标被认定为中国驰名商标。

多年来，本公司坚持走可持续发展之路，积极在传统建筑装饰行业中推行绿色化、一体化、工业化、清洁化、智能化以及高新技术化，目前已形成了环保装饰、环保建材、渠道网络的三元发展模式，先后承接了各专业大中型工程数千项，获得了包括鲁班奖在内的国家及各类省市级工程奖项500多项。

①资质及品牌优势

公司是建筑装饰企业中取得资质等级领先企业之一，公司或子公司拥有的壹级、甲级资质有：《建筑装修装饰工程专业承包壹级》、《建筑幕墙工程专业承包壹级》、《机电设备安装工程专业承包壹级》、《金属门窗工程专业承包壹级》、《城市园林绿化企业资质壹级》、《消防设施工程设计与施工壹级》、《建筑智能化工程设计与施工壹级》、《建筑装饰工程设计专项甲级》、《建筑幕墙工程设计专项甲级》。

公司高度重视品牌建设，坚持推行精品战略，追求与客户、供应商互利共赢的发展理念，以诚信赢得市场，“广田”商标是“中国驰名商标”、“广东省著名商标”、“深圳市知名品牌”、“深圳老字号”，在业内享有较高的知名度和影响力。公司在近三年中国装饰百强实力评比中荣获第三名，公司综合竞争力和品牌实力得到了社会的广泛认可。

②区域布局优势

随着公司营销网络优化建设项目及分公司（事业部）制改革的推进，公司已在国内主要区域实施了战略布局，扎根当地、贴心服务，区域优势逐步显现。

③绿色装饰技术研发领先优势

公司一贯重视绿色装饰技术的研发和推广工作，积极推进绿色化装饰发展战略，以“绿色+低碳”的环保理念为先导，以“文化+科技”的发展理念为主旋律，大力投入绿色装饰科技研发与成果孵化，技术研发能力一直引领行业水平。公司技术研发中心立足高起点，以节能环保技术为突破方向，2008年即被深圳市政府部门认定为深圳市市级研究开发中心，2010年又被深圳市政府部门评为优秀研究开发中心。伴随着人

们对绿色居住环境的重视，公司这一核心优势将不断显现。

④创意设计优势

创意设计是装饰的灵魂所在，设计是建筑装饰企业的核心竞争力之一。目前，公司拥有由国际设计专家组、精品酒店及国内各设计领域专家学者组成的高素质专项设计团队30余个。其服务范围涵盖：酒店空间设计、商业综合体设计、办公空间设计、别墅设计、公共空间设计；配套专业有：机电设计、幕墙设计、智能化系统设计、园林景观设计、软装设计、灯光设计等，设计师规模及行业号召力在业内具有领先优势。全资子公司广田设计研究院被认定为深圳市重点文化企业、深圳市原创文化创意单位及文博会分会场。

⑤工程金融创新优势

产融结合是行业发展的必由之路，金融服务推动工程产业的发展壮大，工程的承接又能为公司金融服务开辟新的盈利增长点，二者相互结合、相互推动、相互促进，形成工程与金融的良性循环。公司积极发挥上市公司资金成本低的优势，成为行业内首家推出工程金融创新模式的企业，现已能灵活应用各类融资工具为优质工程项目筹集建设资金，为客户解决项目建设前期融资难的问题，开辟了装饰业务新的竞争格局。

⑥总包集成优势

从国外建筑行业的成熟运营经验来看，总包集成将成为国内大型建筑装饰企业的发展趋势。登录资本市场以来，公司就积极利用资本优势展开行业上下游并购整合，不断完善总包管理、设计、园林、智能、幕墙、软装、机电等板块的业务实力，向构建专业、高效的总包集成管理服务平台迈进。

⑦住宅精装经验丰富优势

公司在住宅精装修领域具有十多年管理经验，形成了独具特色的标准化体系和管控模式，开创了与国内大型房地产开发商战略合作的先河。公司住宅精装修业务规模、综合实力业内排名第一，是行业内为数不多能够同时大批量、高密度、多区域实施各类型、各级别住宅精装修业务的专业装饰公司。

(3)行业展望

2014年，国内固定资产投资和房地产投资步入常态增长阶段，建筑装饰企业业务增速亦随之放缓。但是，展望未来，新型城镇化的健康发展，庞大的存量建筑二次改造和装修，“一带一路”政策利好，都将为传统的建筑装饰市场带来持续增长空间。除了需求量的增加，公众对建筑品质和装饰标准的要求也在不断提高，进而带动建筑装饰平均造价的逐步上升。同时，互联网、云计算、大数据、物联网技术的迅猛发展，正猛烈冲击着建筑装饰企业的现有业务模式，加速其转型升级的步伐。优秀的公装企业一方面利用其资金、管理和技术优势，不断扩大市场份额；另一方面积极转型升级，纷纷进入“互联网家装”蓝海，并将业务触角伸向上游的建材和下游的家具家居领域，进入泛家庭消费市场。此外，随着产业物联网的到来，智能家居也将迎来发展高峰，装修装饰企业进入智能家居领域具有得天独厚的优势，智能家居产品、服务、系统集成领域将成为具备实力的建筑装饰企业新的利润增长点。

①建筑装饰企业面临的宏观经济环境出现积极变化

中国政府将2015年国内生产总值(GDP)增长目标下调到“约7%”，并将维持中国经济在合理区间运行，中国经济发展进入新常态。从2014年底起，国内宏观经济政策转向松货币、宽财政组合，全社会流动性宽

裕，资金利率下行，基建投资维持高位，地产调控放松，地产投资增速将触底反弹，建筑装饰行业面临的宏观经济环境出现积极变化。

②传统建筑装饰业务成长空间依然广阔

新型城镇化的发展为建筑装饰行业带来巨大的增量需求。目前我国常住人口城镇化率为53.7%，远低于发达国家80%的平均水平，城镇化作为新时期的国家战略，是扩大内需的长期动力和推动经济发展的强大引擎。新型城镇化是以人为核心的城镇化，更加强调人居环境的改善，在社会保障、生活方式等方面实现由“乡”到“城”的转变，相配套的生活、交通、商业等基础设施和空间建设需求广阔，必将为建筑装饰行业带来巨大的活力。

存量建筑的二次改造和装修促进行业加快发展。随着公共建筑、住宅存量规模的不断扩大，二手房交易市场的逐步成熟，既有建筑二次装修、升级改造的市场需求将快速释放。据中国建筑装饰协会预计，未来3-5年国内存量建筑装修和改造为建筑装饰行业提供的市场空间，将达到每年1.2-1.5万亿元。

“一带一路”战略为建筑装饰行业发展海外市场提供机遇。基础设施建设、互联互通是“一带一路”战略重点，随着国家“一带一路”战略不断推进，海外建筑装饰工程景气度不断提升，建筑装饰企业将迎来新的发展机遇。优秀装饰企业将积极参与海外市场业务，或随建筑央企“走出去”，或独立承揽海外市场项目。海外业务的发展将推动建筑装饰企业发展壮大。

③家装O2O快速崛起，家装市场竞争格局改变，新的家装龙头有望产生

2013年我国建筑装饰行业总产值2.97万亿元，其中家装市场总产值1.35万亿元，如加上建材、智能家居、家具、后续增值服务等，将有5万亿以上的泛家装消费市场。近年来，互联网公司、家电公司、家居卖场、房产中介服务商等也纷纷跨界家装市场，齐家网、爱空间、土巴兔先后获得数千万至上十亿融资，充分显示出资本市场对家装的高度关注。

家装存在高值、低频、服务周期长、服务过程用户强参与、高频沟通的特点，大量服务在线下完成。互联网家装O2O的本质就是传统家装的在线化、数据化，可以有效解决传统家装普遍存在的信息不透明，缺乏信用体系，服务痛点多等问题。因此，在互联网与家装行业的结合中，更需要的是“场景化电商”，突出线下场景服务能力。真正能解决行业痛点的，无疑是那些原本在建筑装饰行业已拥有较深积淀的产业领先者，其学习互联网的成本，会低于纯互联网企业学习建筑装饰行业的成本，加之线下资源整合和推进能力强大，后端服务掌控能力较强，容易借助互联网技术构建全国性的泛家装服务品牌。未来家装市场将改变现有小、散、乱的竞争格局，全国性的家装行业巨头有望出现。同时，家装巨头还可以进行后产业链整合，带动材料、家具、软装、智能家居的发展。

④智能家居行业高速增长,建筑装饰行业进入智能家居市场具有天然优势

物联网是互联网发展的必然阶段，未来将是产业物联网时代。英特尔、思科、IBM均在全面加速物联网的部署，我国政府也推出多项政策推动物联网有序健康发展，利用物联网技术提高行业效率，促进产业转型，改善民生。智能家居作为物联网的重要组成部分，构建了智慧化的家居设施与家庭事务管理系统，将家庭需求与物联网紧密连接，正在深刻推动家居产业的变革。根据千家网的统计和预测，2012-2020年，中国智能家居市场规模将由150亿元快速增至超过3000亿元，市场规模年均复合增长率超过45.42%。为了

达到更好的整体效果，智能家居系统大多需要在装修过程中铺设，这也为建筑装饰企业带了的新的业务契机。部分优秀建筑装修企业有望借助装修入口的优势，进军智能家居领域，并实现从装修产品的提供者向家居运营服务平台的转变。

⑤资金与管理成为建筑装饰企业成长的重要要素

“大行业、小企业、高离散度”的建筑装饰行业普遍存在资金链脆弱、应收账款余额较大的问题。特别是没有形成稳定银企合作关系的中小建筑装饰企业，从银行融资较为困难，从其他渠道融资又成本过高。在房地产企业自身资金紧张的情况下，垫资装修往往成为建筑装饰企业中标的前提，导致中小建筑装饰企业发展受阻。因此，产融结合，运用金融杠杆提升大型项目的承接能力，成为建筑装饰行业的发展趋势。同时，2015年“营改增”有望全面推行，这对建筑装饰行业的集中采购能力也提出了更高的要求。如果依然零散地从小型装饰材料企业采购，无法取得增值税进项发票，将会极大提高企业税负。此外，工业化和信息化的结合，正在推动传统工程管理和施工模式的深刻变革，原有以企业为导向的规模性设计转向以用户为导向的个性化设计，以“远程办公和远程工程控制”为代表的工程信息化，以“配件生产工业化”、“施工实现拼装化”为代表的建筑装饰工业化已是大势所趋。

（4）公司发展战略

公司拟定了“三步走”的发展战略。第一步：致力于打造“建筑装饰行业首个综合服务平台”。充分发挥公司在融资、集采、劳务、项目管控等方面的已有优势，切实整合行业资源并提升平台服务能力，实现从工程施工商向工程综合服务商的转变，以逐步减少对施工利润的依赖，使金融平台、供应链平台、劳务平台、总包集成运营平台成为新的利润增长点。第二步：“建筑装饰综合服务平台+绿色家装O2O”，致力于成为绿色家装O2O的领军企业。在建筑装饰综合服务平台的基础上，依托12年丰富的住宅精装经验，以定制精装为切入点，依托移动互联网整合线上线下资源，直接为家庭消费者提供绿色、低碳、智能的生态家装产品，致力于成为绿色家装O2O领军企业。第三步：“建筑装饰综合服务平台+绿色家装O2O+家居运营服务平台”。借助装修入口的优势，进军智能家居领域及泛家居消费市场，建立“装饰装修—智能家居—智慧社区”闭环生态圈，实现从装修产品的提供者向家居运营服务平台的转变。

（5）2015年主要工作计划

①打造三个平台

一是金融平台。资金是制约建筑装饰企业发展的重要因素，建筑装饰产业亟需建立完善的金融配套为整体战略提供支持。公司充分重视金融在产业链中的价值，最早在业内践行“产融结合”理念，取得较好成效。2015年，公司一是要依托子公司广融基金的平台，加强与金融机构的合作，充分发挥资金杠杆优势，提升公司总包业务承接能力；二是要整合供应链体系，探索供应链金融和保理业务；三是随着家装、小公装业务的开拓，公司将适时开拓消费贷、小微贷业务，探索进入互联网金融领域。

二是供应链平台。随着公司经营规模的扩大，定制精装、互联网家装的推进，供应链建设迫在眉睫。公司将继续优化供应商资源，搭建供应链平台，提高供应链整合能力和管理能力，提升集采效率，降低采购成本。公司将在供应链平台的基础上推动供应链金融，为平台中的上下游商户提供增值服务。

三是劳务平台。建筑装饰行业对项目管理、施工人才依赖度极高，但业内劳务人才分散化、老龄化趋

势明显，故搭建建筑装饰装修领域劳务人才平台迫在眉睫。公司作为建筑装饰装修龙头企业，拥有一大批优秀而忠诚的专业劳务人才，有资源和能力搭建专业的劳务平台，更好的整合行业劳务资源。

在搭建好上述平台的基础上，公司将积极开拓公共建筑装饰、幕墙和住宅精装修业务，并将设立专业团队大力拓展医院、交通、文体等细分市场领域。公司还将抓住“一带一路”发展机遇，在控制海外投资风险的前提下，关注可能存在的合作机会，充分发掘和利用海外的资金资源和业务资源，完善海外业务管控制度，逐步拓展海外市场。同时，公司深刻认识到工业4.0大潮下建筑装饰行业管理、施工模式亟需相应变革，将大力探索建筑装饰工艺革新、材料革新、管理信息化之革新，努力实现以“远程办公和远程工程控制”为代表的工程信息化与以“产品工厂化、施工机械化、现场装配化”为代表的工程工业化。

②推出“绿色家装O2O定制产品”

公司是国内最大的住宅精装修企业，住宅精装市场占有率和产业规模稳居行业第一，在住宅精装之设计、施工管控、供应商及材料选择等环节拥有12年的丰富经验，能够快速准确了解用户痛点，并提供有效解决方案。随着人们生活水平、消费需求和艺术鉴赏水平的提高，对家居环境的个性和品质需求日益旺盛，千篇一律的精装修商品房已无法给予业主良好的体验。同时，健康、环保成为业主的首要需求。公司将升级改造传统的精装修模式，布局互联网家装及其相关产业链，推出“绿色家装O2O定制产品”。即，依托移动互联网、3D虚拟演示技术、DIY设计系统、流程管控系统等技术，构建“场景化家装电商”，从业主的生活方式出发规划、设计整体的家居环境，提供具有超高性价比的个性化绿色低碳家居方案。公司家装产品将涵盖硬装+软装+饰品+家居智能+社区服务的完整链条，强调标准套餐与个性定制的协调统一，装饰材料与家居产品的系统和谐配套，装修服务与工程施工的有机整合，以实现完美、和谐的装饰效果，环保、智慧的空间环境，便利、互动的社区生活。公司有信心成为绿色家装O2O的领军企业。

③借助智能家居切入物联网行业

物联网与装修有天然的紧密联系。家居的复杂环境往往会影响智能家居产品的效能发挥，但是，通过前期装修就在家居环境植入物联网基础设备，可以有效解决这一问题。公司拥有稳定的批量住宅精装修客户，同时正在进入家装O2O,因此，进入智能家居市场具有天然优势。公司已经组建了强有力的智能家居团队，从用户思维出发，基于云化的传感器技术搭建家居智能中控硬件和软件解决方案，实现云化IOT与传统家居设备、社区服务的紧密结合。智能家居也是公司切入物联网产业实现转型的良好入口。公司依托智能家居产品为用户提供健康、便捷、快乐的生活方式的同时，客户大数据将成为核心价值。公司将逐步转型为大数据运营商，实现从装修产品的提供者向家居运营服务平台的转变。

④引入战略合作伙伴

公司于2015年1月推出非公开发行股票预案，拟非公开发行股票1.21亿股，募集资金17亿元。本次非公开发行引入深圳前海复星瑞哲恒嘉投资管理企业增资10亿作为第三大股东，公司实际控制人叶远西先生的兄长叶远东先生（公司董事、副总经理）亦以5亿人民币认购0.36亿股，充分体现了复星集团和实际控制人对广田后续发展的信心。公司非公开发行股票申请已获中国证监会受理。本次定增完成后，公司将借助复星的品牌、渠道、金融、全球化投资能力等资源，学习其产业运营经验，进一步夯实和拓展公司业务，加快转型升级步伐。公司也将积极寻找更多的战略合作伙伴。

⑤完善人才梯队

应对“互联网+”和工业信息化之挑战急需优秀人才团队。公司将继续加强人力资源建设，完善人才梯队，提高组织效能，激发团队创造力，打造适应于快速变化时代下的领导力。

（6）未来发展面临的主要风险

①应收账款产生坏账的风险

公司应收账款比例较高是由公司所处行业特点所决定的，一般来说，考虑公司装饰工程款的结算方式，账龄在3年以内的应收款项基本为正常业务往来款项。近两年来，公司业务规模持续扩大，相应的应收账款也大幅上升。公司将加大应收款的回收力度，防范应收账款产生坏账的风险。

②客户集中度较高的风险

公司推行大客户、大项目战略初期将呈现出客户集中度较高的态势，随着大客户、大项目战略的成熟，将有效降低第一大客户的占比、缩小大客户间的占比差距，逐步降低客户集中度较高的风险。

③宏观经济波动的风险

当前世界社会、经济正发生着深刻变化，全球经济虽然在缓慢复苏，但依然充满艰辛，国内经济总体向好，但下行压力依然存在，困难不可低估，宏观经济的波动将给企业带来一定的经营风险。

④并购重组带来的整合风险

上市后，公司一直致力于大装饰平台的构建，期间先后收购了幕墙、园林等专业公司及区域公司，其协同效应的发挥依然具有不确定性，存在一定的整合风险。

⑤业务扩张带来的管理风险

公司上市以来，经营规模持续扩大。伴随着业务的快速增长，公司的人员不断增长、经营区域不断扩大，管理难度不断加大。近年来，公司虽然已根据实际情况建立起一套完整的内部控制制度，并由董事会审计委员会下设专门的内控中心负责监督实施，但是随着公司业务的不拓展和规模扩张，公司将面临管理模式、人才储备、技术创新及市场开拓等多方面的挑战。如果公司管理水平和人才储备不能适应公司规模迅速扩张的需要，组织模式和管理制度未能随着公司规模的扩大而及时调整和完善，将难以保证公司盈利水平与经营规模同步增长，使公司面临一定的管理风险。

⑥经营模式转型升级及开拓新兴市场不达预期的风险

近年来，公司积极致力于经营模式的转型升级，并不断开拓智能家居和互联网家装等新型市场领域。在此过程中将不可避免的遇到思维瓶颈、人才瓶颈、技术瓶颈、组织架构瓶颈、管理瓶颈等困难。因此存在经营模式转型升级及开拓新兴市场不达预期，甚至影响公司短期业绩的风险。

4、涉及财务报告的相关事项

（1）与上年度财务报告相比，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

① 会计政策变更情况概述

根据财政部2014年修订并颁布的一系列企业会计准则，公司于2014年10月29日召开第三届董事会第四

次会议审议通过了《关于变更深圳广田装饰集团股份有限公司会计政策的议案》，自2014年7月1日起变更公司的会计政策。本次变更前，公司执行财政部于2006年2月15日颁布的《企业会计准则-基本准则》和38项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释公告以及其他相关规定。本次变更后，公司按照财政部自2014年1月26日起修订和颁布的《企业会计准则第2号-长期股权投资》、《企业会计准则第9号-职工薪酬》、《企业会计准则第30号-财务报表列报》、《企业会计准则第33号-合并财务报表》、《企业会计准则第37号-金融工具列报》、《企业会计准则第39号-公允价值计量》、《企业会计准则第40号-合营安排》、《企业会计准则第41号-在其他主体中权益的披露》及《企业会计准则-基本准则》等具体准则规定的起始日期进行执行，其余未变更部分仍采用财政部于2006年2月15日颁布的其他相关准则及有关规定。

② 会计政策变更对公司的影响

根据上述财政部2014年修订的《企业会计准则第2号-长期股权投资》，公司对持有的不具有控制、共同控制、重大影响，且其公允价值不能可靠计量的股权投资，作为按成本计量的可供出售金融资产进行核算，不作为长期股权投资核算，并对其采用追溯调整法进行调整。具体调整事项如下：公司持有的深圳市新基点智能技术有限公司9.1%的股权，原在“长期股权投资”项目列报，在2014年第三季度财务报告中调整至“可供出售金融资产”项目列报，涉及金额2,400万元。前述会计政策变更，仅对可供出售金融资产和长期股权投资两个报表项目金额产生影响，对公司2013年度及2014年1-9月的资产总额、负债总额、净资产及净利润不产生任何影响。除上述调整之外，执行其他新发布的会计准则不会对公司财务报表产生重大影响。

(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) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

☒ 适用 ☐ 不适用

本公司于2013年12月25日召开董事会通过决议，同意使用超募资金3,063万元收购深圳市新华丰生态环境发展有限公司51%股权，该公司于2014年2月1日开始纳入合并范围。

本公司于2014年3月13日在澳门设立控股子公司广田装饰集团（澳门）有限公司，该公司自成立之日起纳入合并范围。

本公司于2014年5月15日召开董事会通过决议同意使用超募资金收购南京柏森实业有限责任公司60%股权，该公司于2014年6月11日完成工商变更登记手续，名称由南京柏森实业有限责任公司变更为南京广田柏森实业有限责任公司，于2014年6月1日开始纳入合并范围。

(4) 董事会、监事会对会计师事务所本报告期“非标准审计报告”的说明

☐ 适用 ☒ 不适用

深圳广田装饰集团股份有限公司

董事长：范志全

二〇一五年四月十四日