

公司代码：603208

公司简称：江山欧派

江山欧派门业股份有限公司

2019 年年度报告摘要



一 重要提示

- 1 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，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读年度报告全文。
- 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 天健会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
- 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

公司拟以利润分配股权登记日的总股本为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 10 元（含税），同时，公司拟以资本公积金向利润分配股权登记日登记在册的全体股东每 10 股转增 3 股。本次利润分配尚需提交公司 2019 年年度股东大会审议通过后方可实施。

二 公司基本情况

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	江山欧派	603208	欧派股份

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	郑宏有	
办公地址	浙江省衢州市江山市贺村镇淤头村淤达山自然村8号	
电话	0570-4729200	
电子信箱	securities@oupaigroup.com	

2 报告期公司主要业务简介

（一）主要业务

江山欧派是一家集研发、生产、销售、服务于一体的专业木门制造企业，根据《上市公司行业分类指引》，公司所处行业属于家具制造业（代码：C21），门类产品线布局丰富。目前，公司拥

有多个生产基地，包括淤头工业园、莲华山工业园、江山清湖花园岗生产基地、河南兰考生产基地，占地面积千余亩。公司目前主要产品为实木复合门、夹板模压门，并逐步延伸到入户门、防火门、柜类等新产品。

公司生产的主要产品如下图所示：

类别	产品图片	
夹板模压门		
实木复合门		



（二）经营模式

报告期内，公司采购、生产、销售等经营模式未发生重大变化。具体情况如下：

1、采购模式

公司建立了严格的供应商管理制度，公司采购部负责原材料、辅料、外购半成品供应商的开发、筛选和管理工作，公司初选供应商时，由采购部门会同研究开发部门、质量检测部门对供应商进行综合考评，根据公司制定的标准筛选合格的供应商。

采购部门根据物料特点和供应商实际情况，确定各物料的采购周期和最小采购批量；同时，结合生产管理部下达的物料需求计划，编制采购计划，向供应商下达采购订单，并跟进采购订单的执行情况。采购部还定期对供应商进行综合评审，主要从提供产品的质量、到货时间及价格情况等方面进行综合考评。通过评审的，保留供应商资格，并对供应商进行等级排名；未通过评审的，取消供应商资格。

具体来看，公司的材料采购主要有两种模式（内容）：一是直接从合格原材料供应商处采购原材料，自行组织生产；二是在严格控制产品质量的前提下，主要向江山当地的部分木门生产企业采购半成品（部件）。公司还通过外购方式采购半成品或部件，再对外购半成品（部件）进行加工，并最终形成产品对外销售。

2、生产模式

公司采用自主生产模式，针对不同的客户（渠道），在生产上主要采用两种模式：

一是针对内销的经销商客户，由于该渠道销售的产品主要直接面对终端消费者，产品的个性

化特点更加鲜明，产品订单表现为小批量、多品种、多款式的特点。因此，在生产上，公司根据该渠道的订单特点，采用小批量定制化生产方式。

二是针对工程客户（渠道）和外贸客户（渠道），虽然产品订单也具有明显的个性化特点，但就单笔订单而言，产品数量相对较大。因此，在生产上，公司采用的是较大批量的生产方式，同时针对产品的差异化特点，辅以小批量的定制化加工生产。

公司生产管理部门根据销售部门提供的订单情况在公司内部组织生产。每月月初，生产管理部门根据客户的订单情况和公司生产能力现状，制定月度生产计划，并根据月度生产计划及合同签订情况，负责生产滚动计划的拟定，组织各车间进行生产。生产管理部门根据信息化系统及时了解各车间生产进度，对生产异常和计划滞后情况及时作出分析调整。同时，生产管理部门每周都会与销售部门召开一次产销沟通协调会，根据沟通情况及时调整生产滚动计划。

3、销售模式（渠道）

公司产品销售主要通过四个渠道实现：经销商渠道、工程客户渠道、外贸公司渠道和出口渠道。

（1）经销商渠道

1）经销商渠道的盈利模式

公司通过经销商将产品销售给终端消费者，赚取的是产品利润。

2）经销商渠道结算方式

公司对经销商基本采用“款到发货”和“下单前付全款”的结算方式。

（2）工程客户渠道

工程渠道收入是报告期内公司主营业务收入的主要来源。

1）工程渠道的客户种类

公司对工程客户的销售采用直销和通过工程服务商销售两种方式。

公司工程客户大体上可分为两类：一类是公司直接服务的规模较大的房地产开发商和装修装饰企业即直营工程客户，合作方式为战略集采模式，直接与公司签订战略合作协议；一类是通过工程服务商开发的规模较小的房地产开发商和装修装饰企业，工程服务商作为工程项目履约负责

人，负责产品运输、安装和售后等服务。

2) 工程渠道盈利模式

针对直营工程客户，公司的盈利来源主要为产品利润和服务利润；针对工程服务商开发的工程客户，盈利来源主要为公司产品利润。

3) 工程渠道结算方式

在货款结算方式上，针对工程客户基本按合同约定的进度收款。

(3) 外贸公司渠道

外贸公司渠道的主要客户类型为外贸公司，主要合作模式为公司产品出售给外贸公司，再由外贸公司出口；公司针对外贸公司基本采用先款后货的结算方式。

(4) 出口渠道

出口渠道产品主要销往国外建材超市、房地产开发商等，公司针对出口客户基本采用先款后货的结算方式。

(三) 行业情况说明

1) 木门行业发展情况

(1) 木门行业发展历程

① 2000年-2004年：初期发展阶段

在2000年之前，我国木门产业是以传统的木工制造、即装修工匠现场打制为主；当时由于建筑房门洞口尺寸非标准化，因此规模化、机械化、工厂化生产时期尚未到来。

21世纪初，中国木门开始进入真正产业化阶段，随着中国城镇化建设的推进与消费者家装观念的改变，木门以手工打制生产起步逐步发展为具有一定规模的产业。相比于传统的手工制作，工厂化制作的质量更好，价格更低。

② 2005年-2009年：爆发式快速增长阶段

2005年以来，随着房地产市场的增长，中国木门行业步入旺盛发展的“黄金周期”，在经历了手工打制到小作坊制作后，越来越多的木门企业进入了规模化生产的阶段，木门行业在建材装饰

业中的地位开始显现。木门市场的繁荣也吸引了许多其他行业企业与资金进入这个领域。这个阶段，已出现大厂家开始打破区域限制，跨地域发展，其他相关行业企业也凭借资金优势进入木门行业。

③ 2010 年至今：白热化竞争阶段

目前在全国形成了珠三角、长三角、东北地区、环渤海地区、西南地区和西北地区等六大生产基地。规模以上企业超过 3,000 家。我国已经成为了世界最大的木门生产基地、出口基地和消费市场；但是国内作坊式中小企业仍然居多，产业区域特征明显，尚未出现全国性领导品牌。与此同时，受到房产调控政策以及环保政策的限制，中小企业的生存压力越来越大。我们认为，木门行业面临新一轮洗牌的同时也蕴含着整合的机遇，能够引领行业由产品价格的竞争向品牌质量、设计服务的竞争过渡。

（2）全球木门行业发展概况

近年来，全球木门行业保持持续较快发展。整体来看，在世界经济复苏的背景下，全球木门市场需求未来几年仍将持续发展，木门行业将呈现多元化的发展格局，产品更加丰富，产业和品牌聚集度将进一步提高，区域特色进一步凸显，产品贸易快速增长。其中，中国生产的木门产量位居世界第一，同时也是世界上最大的木门消费市场。

（3）我国木门行业发展概况

近年来，随着我国居民消费水平的提高和城镇化步伐的加快，为木门行业提供了极大的发展空间，与批量需求相适应，我国木门改变了“木匠上门”手工制作的传统和产品单一实用的形象，迅速转入规模化定制设计、大规模工业化生产和产品由实用向装饰、环保综合发展的全新阶段。

我国木门行业起步较晚，但近年来发展非常迅速。2011 年以来，受国内房地产市场调控的影响，木门行业增速有所放缓，但仍保持稳健发展的趋势，据《中国木材与木制品流通行业年鉴》统计，2018 年全国木门行业总产值达到 1,470 亿元，与 2017 年基本持平，规模以上企业超过 3,000 家。我国已经成为了世界最大的木门生产基地、出口基地和消费市场。未来木门行业发展前景仍将持续向好，预计年均总体需求量有望超过 2 亿套。根据《中国木门行业发展白皮书》预测，2020-2022 年全国木门行业销售收入将分别达到 1,799.60 亿元、1,950.90 亿元和 2,102.20 亿元。

2) 木门行业发展趋势

（1）宏观经济的持续增长和人均收入的提高是木门行业发展的源动力

从宏观经济环境来看，国民经济的持续增长是木门行业发展的根本动力。我国国民经济持续稳定增长，持续成为世界第二大经济体，未来国内经济仍将持续增长。

2019年，农村居民人均可支配收入16021元，增长9.6%，比上年加快0.8个百分点；城镇居民人均可支配收入42359元，增长7.9%，加快0.1个百分点（数据来源于国家统计局）。人均可支配收入的快速提升构成了木门行业发展的源动力。

（2）城市化率的提高是木门行业发展的直接动力

我国城市化的发展是促进木门行业发展的直接动力。目前我国城市化进程持续推进，根据国家统计局数据显示，2019年我国城市化率达到60.60%，比上年末提高1.02个百分点。未来，我国的城市化率仍将维持增长态势，城市化率的提高将推动城镇住房的需求，进而推动对木门的需求。

我国城市化率的提高带动建筑装饰行业的发展，是推动木门行业发展的直接动力，木门需求市场将进一步释放，木门行业将进一步扩张。

（3）消费人群的扩大推动了木门行业的进一步发展

我国木门行业近年来处于持续成长期，并已表现出较为明显的消费升级趋势：人群年龄结构中，80-90年代出生的消费人群旺盛的消费能力有力的支撑了木门消费市场的进一步发展。

（4）住宅精装修政策将进一步推动木门行业的发展

我国住宅精装修起步较晚。1999年，建设部发布《关于推进住宅产业现代化提高住宅质量的若干意见》，首次提出一次性装修概念。

2002年7月18日，建设部以建住房〔2002〕190号印发《商品住宅装修一次到位实施细则》，从装修一次到位的全过程实施引导。

2008年，住建部发出《关于进一步加强住宅装饰装修管理的通知》，要引导和鼓励新建商品住宅一次装修到位或菜单式装修模式，逐步达到取消毛坯房。

2017年住建部发布《建筑业发展“十三五”规划》，明确要求到2020年我国新开工全装修成品住宅面积达到30%。随后，各地积极响应规划要求，纷纷出台了新建住宅实行精装修交付的地方

政策。在住宅精装修比例持续上升的背景下，地产开发商所开发项目的精装修住宅比例亦持续上升，这将进一步推动木门行业的发展。

（5）二次装饰市场的发展也为木门行业提供了持续的需求

二次装修市场已逐渐成为木门行业的又一需求。一般家庭装修周期在 8 年左右，近十几年来，我国房地产行业持续发展，存量住宅数量不断增加，伴随着居民收入水平的提高，存量住宅的二次装修市场逐渐形成规模，尤其早期的商品住宅结构不合理、装修品质较差，进行家庭二次装修的需求日益迫切。根据全国第六次人口普查数据，我国大陆地区共有家庭户 40,152 万户，即使以十年重新装修一次计算，每年有超过 4,000 万户二次装修。二次装修市场规模已逐渐形成对木门行业持续的需求。

（6）全面二胎政策的放开为木门行业带来又一增长点

全面二胎政策的放开，为家庭带来潜在人口增长，消费者对于木门行业的消费需求也会增加，一方面新房装修数量会增加；另一方面儿童木门市场被看好，为木门行业带来又一增长点。

（7）绿色环保木门将成为行业未来发展的主流

人们对家居健康越来越重视，与健康关系最大的甲醛释放量已经成为人们衡量家居环保的一个重要指标。特别是近几年，国家相关质检部门不断公布不合格产品名录，加之网络信息传播速度空前，致使消费者对木制品甲醛释放量的关注度普遍加强，木门企业必须由资源消耗型向资源节约型和环境友好型转变，所以绿色环保木门将成为行业未来发展的主流。

另外，据世界卫生组织白皮书显示，世界上 2/3 的建筑物内的空气中有有害气体超标，其中超过 64% 的污染源来自木制品。木门产品的绿色发展方向符合市场消费者的利益和产业的可持续发展。

（8）行业品牌集中度将会进一步提升

在全国层面，有实力的木门企业会加快全国布局，加之第三方服务平台也在日趋成熟，他们的服务覆盖面积将会增大，服务质量将得到提升，此类木门企业的产品市场占有率会进一步提高，真正意义上的全国性木门品牌将逐渐显现。

在区域层面，那些设计、制造、服务能力优秀的品牌也将在区域范围内崭露头角脱颖而出，成为区域性强势品牌。他们将填补全国性品牌在个性化定制方面的不足，满足消费者的个性化需

求。

(9) 众多家居企业跨界进入木门领域

如果未来木门行业建筑门洞尺寸统一，木门产品标准化形成，生产流程将趋于简单化。现阶段，对木门企业来说是机遇，对拟参与进来的那些研发设计超前、销售服务系统健全并拥有强大供应链体系的家居企业同样也是机会。目前已经有众多家居企业涉足木门领域，木门企业要持危机意识。

3) 公司所处的市场地位

江山欧派于 2017 年 2 月 10 日在上交所主板上市，是国内首家木门上市公司。公司属于家具制造业，位于房地产产业链上游，在木门行业市场占有率不到 2%，行业发展空间广阔。

江山欧派以“全球木门制造专家”为己任，自创立以来，专注于木门，专心于创新，成立了“木门研发中心”和“产学研基地”，十余年匠心打造优质木门。公司依靠管理创新和技术革新，已取得 100 余项专利，推动企业科技进步。公司拥有多个大型制造基地，拥有国际一流的自动化生产设备、检验仪器和标准化大型厂房及完善的生活配套设施。

江山欧派以“打造世界一流制门企业，争创中国木门第一品牌”为目标，在内敛的坚持与开放的变革中不断追求卓越。公司全渠道立体建立布局全国的营销网络及服务体系，已与与恒大地产、万科地产、保利地产、旭辉地产、中海地产、阳光城地产、新城控股地产等国内主要地产公司建立了战略合作关系。公司拥有自营进出口权，产品出口欧、美、非等国家和地区，为全球消费者提供优质的产品与服务。

3 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2019年	2018年	本年比上年 增减(%)	2017年
总资产	2,861,984,208.20	2,152,068,292.97	32.99	1,707,586,106.62
营业收入	2,026,631,378.18	1,282,874,712.32	57.98	1,009,738,898.58
归属于上市公司股东的净利润	261,285,123.87	152,701,512.53	71.11	137,529,772.38
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	228,893,628.33	123,268,859.57	85.69	103,151,735.37

归属于上市公司股东的净资产	1,312,008,891.06	1,097,597,082.57	19.53	995,001,527.86
经营活动产生的现金流量净额	323,665,793.38	204,498,503.81	58.27	127,502,060.64
基本每股收益(元/股)	3.23	1.89	70.90	1.78
稀释每股收益(元/股)	3.23	1.89	70.90	1.78
加权平均净资产收益率(%)	21.76	14.71	增加7.05个百分点	15.89

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	242,049,175.42	488,382,871.47	605,014,766.10	691,184,565.19
归属于上市公司股东的净利润	10,412,720.28	71,049,963.90	98,290,844.20	81,531,595.49
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	9,072,587.89	62,019,974.37	74,989,847.92	82,811,218.15
经营活动产生的现金流量净额	-89,275,001.30	-18,133,352.40	218,376,375.10	212,697,771.98

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4 股本及股东情况

4.1 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

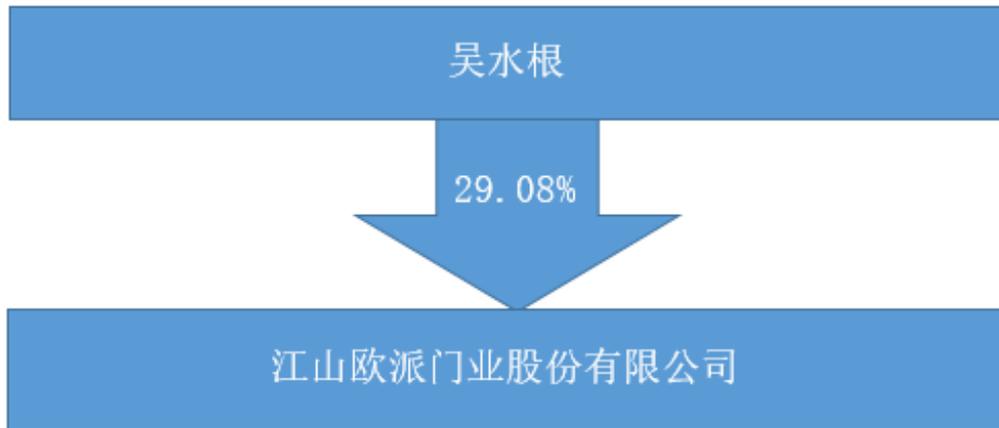
截止报告期末普通股股东总数(户)	6,685
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	4,218
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	0
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数(户)	0
前 10 名股东持股情况	

股东名称 (全称)	报告期内 增减	期末持股数 量	比例 (%)	持有有限售 条件的股份 数量	质押或冻结情况		股东 性质
					股 份 状 态	数 量	
吴水根	0	23,500,000	29.08	23,500,000	无		境内 自然 人
王忠	0	18,500,000	22.89	18,500,000	无		境内 自然 人
吴水燕	0	8,000,000	9.90	8,000,000	质 押	2,300,000	境内 自然 人
中国工商银行股份有 限公司—汇添富民营 活力混合型证券投资 基金	1,058,409	1,058,409	1.31		无		其他
中国工商银行股份有 限公司—汇添富外延 增长主题股票型证券 投资基金	813,774	813,774	1.01		无		其他
上海盘京投资管理中 心(有限合伙)—盛 信2期私募证券投资 基金	808,400	808,400	1.00		无		其他
上海盘京投资管理中 心(有限合伙)—盘 世2期私募证券投资 基金	751,300	751,300	0.93		无		其他
中国建设银行—华夏 红利混合型开放式证 券投资基金	743,300	743,300	0.92		无		其他
交通银行股份有限公 司—长城久富核心成 长混合型证券投资基 金(LOF)	701,224	701,224	0.87		无		其他
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	660,950	660,950	0.82		无		其他
上述股东关联关系或一致行动的 说明	王忠系吴水根之大妹夫，吴水燕系吴水根之二妹。公司未知其他股东之间是否存在关联关系，也未知其他股东之间是否						

	属于《上市公司收购管理办法》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	无

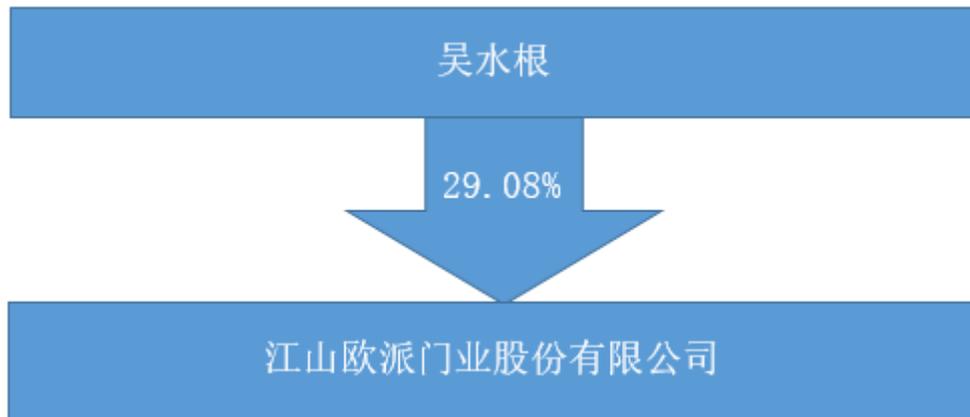
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

□适用 √不适用

5 公司债券情况

□适用 √不适用

三 经营情况讨论与分析

1 报告期内主要经营情况

2019年，国内外风险挑战明显上升，世界经济增长持续放缓，我国GDP增速放缓，经济下行压力持续加大；房地产市场由持续多年的增量市场逐渐转变为存量市场，将深刻改变木门行业的生存与发展；其他家具类上市公司纷纷跨界涉足木门行业，进一步加剧行业竞争。

报告期，公司实现营业收入202,663.14万元，较上年同期增长57.98%；实现归属于母公司所有者的净利润26,128.51万元，较上年同期增加71.11%。净利润增长主要来源于工程渠道收入的增长。

2 导致暂停上市的原因

适用 不适用

3 面临终止上市的情况和原因

适用 不适用

4 公司对会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明

适用 不适用

以下会计政策变更已经公司第三届董事会第十一次会议、第三届董事会第十三次会议和第三届董事会第十四次会议审议通过，具体原因和影响如下：

1. 本公司根据财政部《关于修订印发2019年度一般企业财务报表格式的通知》(财会〔2019〕6号)、《关于修订印发合并财务报表格式(2019版)的通知》(财会〔2019〕16号)和企业会计准则的要求编制2019年度财务报表，此项会计政策变更采用追溯调整法。2018年度财务报表受重要影响的报表项目和金额如下：

原列报报表项目及金额		新列报报表项目及金额	
应收票据及应收账款	471,720,272.49	应收票据	229,884,873.46
		应收账款	241,835,399.03
应付票据及应付账款	526,727,610.17	应付票据	343,806,895.80
		应付账款	182,920,714.37

2. 本公司自2019年1月1日起执行财政部修订后的《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》《企业会计准则第23号——金融资产转移》《企业会计准则第24号——套期保值》以及《企业会计准则第37号——金融工具列报》(以下简称新金融工具准则)。根据相关新旧准则衔接规定，对可比期间信息不予调整，首次执行日执行新准则与原准则的差异追溯调整本报告期

初留存收益或其他综合收益。

新金融工具准则改变了金融资产的分类和计量方式，确定了三个计量类别：摊余成本；以公允价值计量且其变动计入其他综合收益；以公允价值计量且其变动计入当期损益。公司考虑自身业务模式，以及金融资产的合同现金流特征进行上述分类。权益类投资需按公允价值计量且其变动计入当期损益，但非交易性权益类投资在初始确认时可选择按公允价值计量且其变动计入其他综合收益(处置时的利得或损失不能回转到损益，但股利收入计入当期损益)，且该选择不可撤销。

新金融工具准则要求金融资产减值计量由“已发生损失模型”改为“预期信用损失模型”，适用于以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产、租赁应收款。

(1) 执行新金融工具准则对公司 2019 年 1 月 1 日财务报表的主要影响如下：

项 目	资产负债表		
	2018 年 12 月 31 日	新金融工具准则 调整影响	2019 年 1 月 1 日
应收账款	241,835,399.03	-46,556,229.23	195,279,169.80
应收款项融资		46,556,229.23	46,556,229.23
可供出售金融资产	10,000,000.00	-10,000,000.00	
其他权益工具投资		10,000,000.00	10,000,000.00
其他应付款	50,096,300.06	-88,317.81	50,007,982.25
一年内到期的非流动负债	11,400,000.00	88,317.81	11,488,317.81

(2) 2019 年 1 月 1 日，公司金融资产和金融负债按照新金融工具准则（以下简称新 CAS22）和按原金融工具准则（以下简称原 CAS22）的规定进行分类和计量结果对比如下表：

项 目	原金融工具准则		新金融工具准则	
	计量类别	账面价值	计量类别	账面价值
货币资金	贷款和应收款项	592,621,264.21	摊余成本	592,621,264.21
应收票据	贷款和应收款项	229,884,873.46	摊余成本	229,884,873.46
应收账款	贷款和应收款项	241,835,399.03	摊余成本	195,279,169.80
应收款项融资			以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	46,556,229.23

其他应收款	贷款和应收款项	3,716,807.42	摊余成本	3,716,807.42
可供出售金融资产	可供出售金融资产	10,000,000.00	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	10,000,000.00
应付票据	其他金融负债	343,806,895.80	摊余成本	343,806,895.80
应付账款	其他金融负债	182,920,714.37	摊余成本	182,920,714.37
其他应付款	其他金融负债	50,096,300.06	摊余成本	50,007,982.25
一年内到期的非流动负债	其他金融负债	11,400,000.00	摊余成本	11,488,317.81
长期借款	其他金融负债	56,169,159.21	摊余成本	56,169,159.21

(3) 2019年1月1日，公司原金融资产和金融负债账面价值调整为按照新金融工具准则的规定进行分类和计量的新金融资产和金融负债账面价值的调节表如下：

项目	按原金融工具准则列示的账面价值（2018年12月31日）	重分类	重新计量	按新金融工具准则列示的账面价值（2019年1月1日）
A. 金融资产				
a. 摊余成本				
按原 CAS22 列示的余额和按新 CAS22 列示的余额				
货币资金	592,621,264.21			592,621,264.21
应收票据	229,884,873.46			229,884,873.46
应收账款				
按原 CAS22 列示的余额	241,835,399.03			
减：转出至以公允价值计量且其变动计入其他综合收益(新 CAS22)		-46,556,229.23		
按新 CAS22 列示的余额				195,279,169.80
其他应收款	3,716,807.42			3,716,807.42
以摊余成本计量的总金融资产	1,068,058,344.12	-46,556,229.23		1,021,502,114.89
b. 以公允价值计量且其变动计入其他综合收益				
按原 CAS22 列示的余额和按新 CAS22 列示的余额				

可供出售金融资产				
按原 CAS22 列示的余额	10,000,000.00			
减：转出至以公允价值计量且其变动计入其他综合收益——权益工具投资(新 CAS22)		-10,000,000.00		
按新 CAS22 列示的余额				
其他权益工具投资				
按原 CAS22 列示的余额				
加：自可供出售金融资产(原 CAS22)转入——指定		10,000,000.00		
按新 CAS22 列示的余额				10,000,000.00
应收款项融资				
按原 CAS22 列示的余额				
加：自摊余成本(原 CAS22)转入		46,556,229.23		
按新 CAS22 列示的余额				46,556,229.23
以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的总金融资产	10,000,000.00	46,556,229.23		56,556,229.23

B. 金融负债

a. 摊余成本

应付票据	343,806,895.80			343,806,895.80
应付账款	182,920,714.37			182,920,714.37
其他应付款				
按原CAS22列示的余额	50,096,300.06			
加：自其他应付款-应付利息(原 CAS22)转出		-88,317.81		
按新 CAS22 列示的余额				50,007,982.25
一年内到期的非流动负债				

按原 CAS22 列示的余额	11,400,000.00			
加：自其他应付款-应付利息 (原CAS22)转入		88,317.81		
按新 CAS22 列示的余额				11,488,317.81
长期借款	56,169,159.21			56,169,159.21
以摊余成本计量的总金融负债	644,393,069.44			644,393,069.44

(4) 2019 年 1 月 1 日，公司原金融资产减值准备期末金额调整为按照新金融工具准则的规定进行分类和计量的新损失准备的调节表如下：

项 目	按原金融工具准则计提 损失准备 (2018 年 12 月 31 日)	重分类	重新计量	按新金融工具准则计 提损失准备(2019 年 1 月 1 日)
贷款和应收款项（原 CAS22）/以摊余成本计量的金融资产（新 CAS22）				
应收票据	12,042,361.76			12,042,361.76
应收账款	15,566,038.38	-2,540,067.43		13,025,970.95
应收款项融资		2,540,067.43		2,540,067.43
其他应收款	592,772.40			592,772.40

3. 本公司自 2019 年 6 月 10 日起执行经修订的《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》，自 2019 年 6 月 17 日起执行经修订的《企业会计准则第 12 号——债务重组》。该项会计政策变更采用未来适用法处理。

5 公司对重大会计差错更正原因及影响的分析说明

适用 不适用

6 与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

适用 不适用

本公司将河南恒大欧派门业有限责任公司（以下简称河南欧派公司）等 9 家子公司纳入本期合并财务报表范围，具体情况如下：

子公司全称	简称	子公司全称	简称
河南恒大欧派门业有限责任公司	河南欧派公司	江山欧派装饰工程有限公司	欧派装饰公司
江山欧罗拉家居有限公司	欧罗拉公司	江山欧派木制品有限公司	欧派木制品公司
江山花木匠家居有限公司	花木匠公司	江山欧派进出口有限责任公司	欧派进出口公司

武汉欧派快装科技有限公司	武汉欧派公司	江山欧派工程材料有限公司	工程材料公司
江山欧派劳务服务有限公司	劳务服务公司		