

公司代码：603180

公司简称：金牌家居

金牌厨柜家居科技股份有限公司
2024 年年度报告摘要

第一节 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 www.sse.com.cn 网站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性、准确性、完整性，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、 华兴会计师事务所（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、 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案
- 公司2024年度利润分配预案为：拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本扣除公司回购专户的股份余额为基数，向全体股东每股派发现金红利0.392元（含税），本年度不进行资本公积金转增股本。
- 上述利润分配预案尚需提交公司股东大会审议。

第二节 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	上交所	金牌家居	603180	金牌厨柜

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	陈建波	李朝声
联系地址	厦门市同安工业集中区同安园集和路190号	厦门市同安工业集中区同安园集和路190号
电话	0592-5556861	0592-5556861
传真	0592-7397810	0592-7397810
电子信箱	goldenhome@canc.com.cn	goldenhome@canc.com.cn

2、报告期公司主要业务简介

（一）所处行业基本情况

根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司所处行业为“C21 家具制造业”，细分属于定制类家具。根据国家统计局发布的数据显示，2024 年全国规模以上家具制造企业的营业收入达到了 6771.5 亿元，与去年同期相比实现了 0.4% 的稳步增长，彰显了家具制造行业在面对复杂多变市场环境时的强大韧性。政策端也持续发力，商务部“消费促进年”升级为“家居焕新消费三年行动”，叠加住建部“旧改 2.0”政策，推动存量房改造。在国家政策带领及市场逐渐恢复的背景下，家具行业将有望进一步发展。

（二）行业发展趋势

1、整家定制迭代加速

定制家居行业加速从全屋定制向整家定制迭代，整家定制对公司品类的多样性、品牌知名度、供应链整合能力、运营效率、信息化程度等因素提出更高要求，综合能力高且拥有快速整合全供应链资源能力的企业将在新一轮竞争中迅速抢占市场，创新性的共享店、社区店等形式将在未来成为行业新的流量入口。各大定制家居品牌纷纷推出丰富的产品体系、多元的风格搭配，并拓宽整家定制边界，朝门墙柜一体化、智能全屋定制一体化等方向发力，以此满足消费者一站式家居的需求。

2、供应链价值凸显

家居企业从原材料供应到终端消费者服务的供应链，纵深长且复杂度高。定制家居行业通过线上及线下获客引流、连接上游厂商，进一步形成家居行业的供应链体系，再通过线下 B 端加盟商和城市运营商为消费者提供服务，并且在仓储端、物流端、配送端、安装端为企业或个人提供支持，面对多种营销渠道及复杂多样的终端客户，搭建完善的供应链体系，并持续加强管理，以稳定保障终端服务越发重要，供应链价值将会在企业的竞争中越发凸显，成为竞争优势的核心来源。

3、旧改局改需求提升

在新房市场增长放缓的趋势下，定制家居行业逐渐由增量转变为存量市场，行业竞争加剧，存量房以及二手房用户开始成为家居市场有力的增长点，同时随着城镇化规模的稳步推进，不少城市旧小区、楼房存在翻新改造的需求，旧改、局改市场以及“以旧换新”成为推动行业前进的强劲业务板块。

（三）竞争格局

从竞争格局来看，定制家居行业品牌众多，整体市场集中度较低，低端产品市场竞争激烈，同质化现象严重。但随着头部企业品类拓展、大宗渠道和整装业务的布局，龙头竞争力渐显，行业领先企业依托于其在规模化生产制造、原创设计实力、品牌建设、产品品类、销售渠道、数字化运营服务能力、融资渠道等方面较为明显的领先优势，为消费者提供更高质量且更具性价比的产品，同时抓住渠道变革的机遇，通过多渠道布局以及流量前置来更早占领更多客户的心智，进而挤占中小公司市场份额，部分规模小、技术落后的企业逐渐被淘汰出局，未来定制家居行业将逐步整合，终端客户资源将逐步向龙头企业集中，推动行业市场集中度持续提升。

（一）公司从事的主要业务

公司创立于 1999 年，是国内高端整体厨柜及定制家居的专业服务商，专业从事整体厨柜及定制家居的研发、设计、生产、销售、安装及售后等整体服务，旗下拥有涵盖整家的厨柜、衣柜、木门、厨电、智能家居、卫浴阳台、软装家具家品等多个子品类，为用户提供一站式整家定制解决方案。公司是全国工商联家具厨柜专委会会长单位、中国五金制品协会整体厨房分会会长单位，拥有国家认定“厨房工业设计中心”，先后荣获国家级“智能制造示范企业”、工信部“智能制造综合标准化与新模式应用企业”、“中国驰名商标”等荣誉称号，连续 13 年蝉联“中国房地产 500 强首选厨柜品牌”。

品牌	产品效果图	
金牌，整家定制的金字招牌。旗下拥有厨柜、衣柜、木门、厨电、智能家居、卫浴阳台、软装家具		
	金牌厨柜云系 565-Targa	金牌厨柜·云间
		
	金牌衣柜云系 565-Targa	金牌衣柜云系 565-Targa 美妆空间

家品等多个子品类，为用户打造一站式定制整家体验。		
	金牌木门·云系 585-云珩	金牌木门·峰系 365-峰境巴黎
		
	金牌厨电·集成烹饪中心	金牌厨电·柜电一体机
		
	金牌卫浴阳台·峰系 360	金牌卫浴阳台·峰系 360
		
	金牌 家具软装·木梵极简整家套餐	金牌 家具软装·木尔品质整家套餐
		
	金牌整家定制·花镜	金牌整家定制·悦享

（二） 公司主要经营模式

1、采购模式

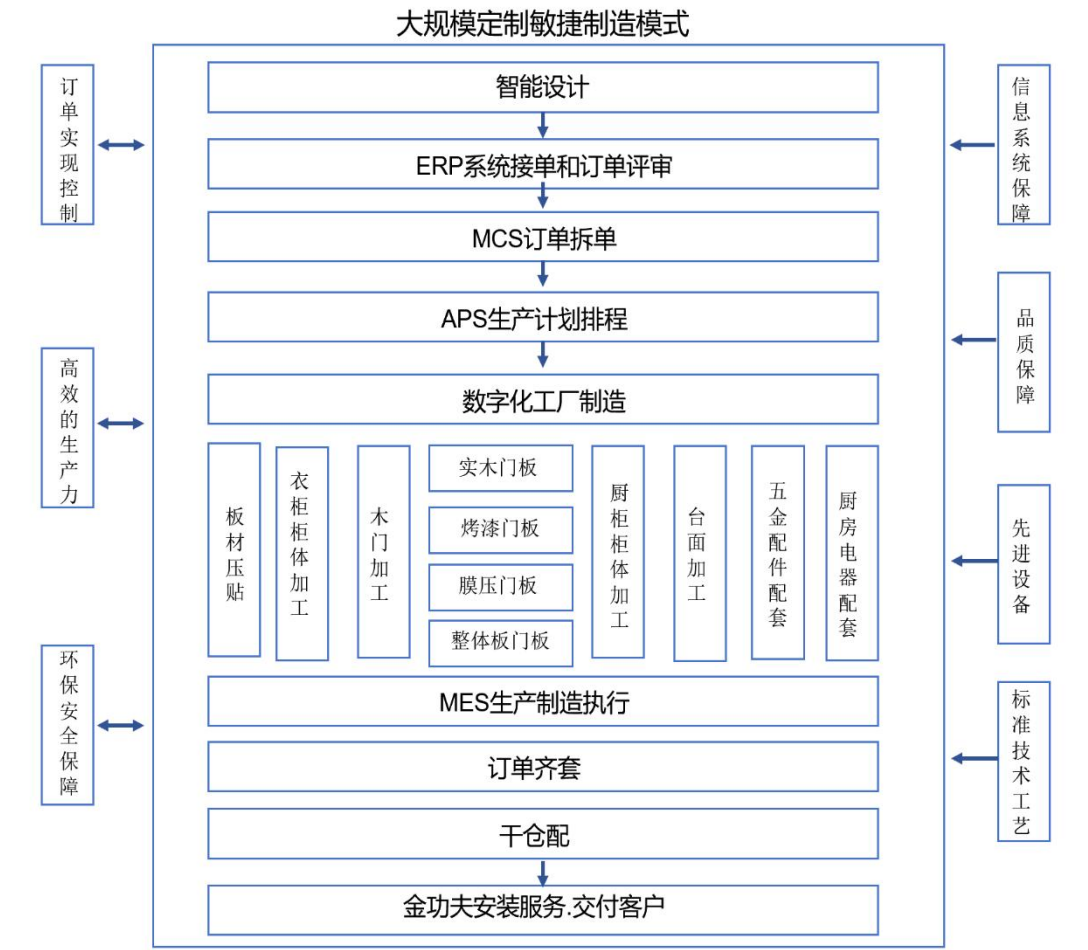
一方面，公司与主要供应商建立了紧密的战略合作关系，通过核心+备份供应链并行的方式，提升产业链话语权，加强供应链稳定性。公司年初签订年度框架合同，并根据多年来沉淀并稳健

运行的订单量和价格滚动预判机制，做精做深库存管理，提高资金周转率。

另一方面，近年来公司加大产业链的投资布局，以战略投资的方式提升核心供应链的稳定性，并推动双方的深度战略合作，以推动专属供应链的研发落地，在战略降本的同时，提升差异化能力，为用户提供质高物美的产品。

2、生产模式

公司生产模式为以销定产，通过公司的智能制造系统与大规模敏捷制造技术成果相结合，将订单以标准件及非标准件等方式进行模块化拆分，单一车间生产固定模块、多个车间配合生产，提高单一生产线的标准化水平，实现大规模定制。通过提升大规模定制能力，实现内部的专业化分工，形成高度柔性的生产体系，大幅提高了生产效率。



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

	2024年	2023年	本年比上年 增减(%)	2022年

总资产	6,371,711,354.38	5,972,602,679.01	6.68	4,863,771,681.99
归属于上市公司股东的净资产	2,811,163,102.79	2,768,173,589.91	1.55	2,593,913,088.97
营业收入	3,474,720,188.25	3,645,484,510.39	-4.68	3,553,346,698.10
归属于上市公司股东的净利润	199,287,030.02	292,032,805.69	-31.76	277,071,681.88
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	140,735,732.48	233,766,157.73	-39.80	191,372,773.06
经营活动产生的现金流量净额	381,930,626.56	644,351,648.67	-40.73	247,050,616.51
加权平均净资产收益率(%)	7.16	10.86	减少3.70个百分点	11.24
基本每股收益(元/股)	1.30	1.89	-31.22	1.80
稀释每股收益(元/股)	1.21	1.76	-31.25	1.80

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	640,650,285.74	879,482,607.56	895,976,176.91	1,058,611,118.04
归属于上市公司股东的净利润	36,409,883.67	33,055,711.11	50,093,046.07	79,728,389.17
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	14,101,901.32	25,129,488.96	42,225,864.94	59,278,477.26
经营活动产生的现金流量净额	-430,629,834.30	234,977,712.51	-15,384,138.61	592,966,886.96

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

☐适用 ☒不适用

4、 股东情况

4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）	10,474
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）	10,995

截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）					不适用		
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）					不适用		
前十名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）							
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、标记或冻结情 况		股东 性质
					股份 状态	数量	
厦门市建潘集团有限公司	0	64,044,322	41.52	0	质押	24,409,282	境内非国 有法人
温建怀	0	18,049,784	11.7	0	质押	8,517,000	境内自然 人
潘孝贞	0	10,761,403	6.98	0	质押	5,148,000	境内自然 人
温建北	0	4,759,055	3.09	0	质押	1,500,000	境内自然 人
潘美玲	0	3,805,214	2.47	0	质押	1,800,000	境内自然 人
何新海	2,640,356	2,640,356	1.71	0	无	0	境内自然 人
潘宜琴	0	1,983,124	1.29	0	质押	1,383,000	境内自然 人
温建河	0	1,980,008	1.28	0	质押	230,000	境内自然 人
全国社保基金一零三组合	1,402,476	1,402,476	0.91	0	无	0	其他
中国银行股份有限公司－ 博时消费创新混合型证券 投资基金	1,336,360	1,336,360	0.87	0	无	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明		1、上述前十名及前十名无限售条件股东中，温建怀、潘孝贞为公司一致行动人，合计持有建潘集团 98.5% 股权。温建怀与温建北、温建河为兄弟关系，潘孝贞和潘宜琴为兄妹关系，潘美玲为潘孝贞侄女。2、其余股东之间是否存在关联关系，或者是否属于一致行动人未知。					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明		不适用					

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

第三节 重要事项

1、 公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

报告期，公司实现营业收入 **34.75** 亿元，较上年同期下降 **4.68%**，实现净利润 **1.99** 亿元，较上年同期下降 **31.76%**，扣非后净利润 **1.41** 亿元，较上年同期下降 **39.80%**。

2、 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

☐ 适用 ☒ 不适用