

证券简称：玫瑰岛

证券代码：873024

广东玫瑰岛家居股份有限公司

广东省中山市港口镇木河迳工业区新胜六街 2 号



ROSEY
玫瑰岛

广东玫瑰岛家居股份有限公司招股说明书（申报稿）

本公司的发行申请尚未经中国证监会注册。本招股说明书申报稿不具有据以发行股票的法律效力，投资者应当以正式公告的招股说明书全文作为投资决定的依据。

本次股票发行后拟在北京证券交易所上市，该市场具有较高的投资风险。北京证券交易所主要服务创新型中小企业，上市公司具有经营风险高、业绩不稳定、退市风险高等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解北京证券交易所市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。

保荐机构（主承销商）



国投证券
SDIC SECURITIES

广东省深圳市福田区福田街道福华一路 119 号安信金融大厦

中国证监会和北京证券交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对注册申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，也不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

声明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

发行人控股股东、实际控制人承诺招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书中财务会计资料真实、准确、完整。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人的控股股东、实际控制人以及保荐人、承销商承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法承担法律责任。

保荐人及证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法承担法律责任。

本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股
发行股数	本次发行的股票数量不超过 2,010.00 万股（含本数，不含超额配售选择权）。发行人及主承销商将根据具体发行情况择机采用超额配售选择权，采用超额配售选择权发行的股票数量不超过本次发行股票数量的 15%，即不超过 301.50 万股（含本数），包含采用超额配售选择权发行的股票数量在内，本次发行的股票数量不超过 2,311.50 万股（含本数）
每股面值	1.00 元
定价方式	公司和主承销商自主协商选择直接定价、合格投资者网上竞价或网下询价等方式确定发行价格，最终定价方式将由股东会授权董事会与主承销商根据具体情况及监管要求协商确定
每股发行价格	以后续询价或定价产生的价格作为发行底价
预计发行日期	
发行后总股本	
保荐人、主承销商	国投证券股份有限公司
招股说明书签署日期	2025 年 6 月 25 日

重大事项提示

本公司特别提醒投资者对下列重大事项给予充分关注，并认真阅读招股说明书正文内容：

一、本次公开发行股票并在北交所上市的安排及风险

发行人本次公开发行股票完成后，将在北交所上市。

发行人本次公开发行股票获得中国证监会注册后，在股票发行过程中，可能会受到市场环境、投资者偏好、市场供需等多方面因素的影响；同时，发行完成后，若发行人无法满足北交所上市的条件，均可能导致本次公开发行失败。

发行人在北交所上市后，投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

二、本次发行相关主体作出的重要承诺

发行人及主要股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员以及本次公开发行的保荐人及证券服务机构就本次公开发行作出了相关承诺以及未能履行承诺的约束措施的具体内容详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”相关内容。

三、本次发行前滚存利润的分配安排

经发行人 2025 年 6 月 6 日召开的 2025 年第二次临时股东大会审议通过，本次发行前滚存的未分配利润由本次发行完成后的全体新老股东按各自持有公司股份的比例共同享有。

四、本次发行上市后的利润分配政策

本次发行上市后的利润分配政策，详见本招股说明书“第十一节 投资者保护”之“二、本次发行上市后的股利分配政策和决策程序”。

五、特别风险提示

发行人提醒投资者认真阅读本招股说明书“第三节 风险因素”的全部内容，充分了解发行人所披露的风险因素，并特别注意下列事项：

（一）房地产行业波动的风险

公司主营产品为淋浴房、全景门、浴室柜等，属于家居行业细分品类，与房地产行业密切相关。近年来，政府陆续出台了一系列包括土地、信贷等在内的房地产宏观调控政策，其主要目的是促进房地产市场平稳健康发展。未来如果国家对房地产行业调控力度加大或者宏观经济形势变化导致房地产市场出现大幅波动，消费者的购房和装修需求增长放缓，将会给公司的产品销售带来不利影响，如公司不能及时通过调整策略、优化客户结构等措施提升公司竞争力降低影响，将会使得公司面临

房地产市场波动导致的业绩下滑风险与资金回款风险。

（二）主要原材料价格波动的风险

报告期内，直接材料占主营业务成本的比例分别为 65.52%、63.43%和 63.93%。公司生产所需的原材料包括玻璃、铝棒、五金等，相关原材料价格受国内外经济形势、国家宏观调控政策及市场供求变动等因素的影响较大，若未来大宗原材料价格出现大幅波动，且公司不能采取措施将原材料上涨的压力向上游企业或下游企业转移，又或者在原材料价格波动中未能够做好存货管理，导致公司生产成本发生较大变化，公司的经营业绩将受到不利影响。

（三）与大宗、出口业务主要客户的框架性合作协议无法续签的风险

报告期内，公司大宗业务收入占主营业务收入的比例分别为 27.10%、27.58%和 32.17%；出口业务收入占主营业务收入的比例分别为 35.30%、30.19%和 32.88%，是公司重要的收入来源。公司大宗业务主要与中海地产、招商蛇口、保利发展等知名地产企业建立了战略合作关系，公司通过投标方式参与主要工程客户的招标并在中标后与其签署框架性合作协议；公司出口业务主要与 ABG、KOHLER、MERLYN、BATHROOM 等国际知名卫浴企业合作。尽管公司在行业内具有较高的知名度和认可度，与主要客户保持了长期稳定的合作关系，但若公司无法及时跟进该类型客户的市场需求，或无法提供稳定可靠的供货能力以及快速响应的服务能力，或受国际贸易摩擦的影响，则存在框架性合作协议到期后无法续约的风险，将会对公司大宗业务、出口业务的持续稳定增长产生一定的不利影响。

（四）国际贸易涉及关税税率变化的风险

报告期内，公司产品出口业务收入分别为 25,986.82 万元、22,525.15 万元和 25,985.25 万元，占主营业务收入的比重分别为 35.30%、30.19%和 32.88%，其中对美国的销售收入分别为 7,390.03 万元、4,943.66 万元和 4,124.98 万元。由于国际贸易中的关税税率存在变化的风险，以及各国家发起反倾销和反补贴调查等措施存在不确定性，未来若相关因素导致公司贸易环境出现重大不利情形，公司的国际市场业务拓展可能会因此受到一定影响，进而会对公司的经营业绩产生不利影响。

（五）应收账款发生坏账风险

报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 11,534.11 万元、12,079.68 万元和 15,180.28 万元，占各期末流动资产的比例分别为 22.51%、24.61%和 26.92%，整体呈上升趋势。报告期各期末，账龄超过一年以上的应收账款余额占比分别为 34.31%、36.34%和 29.32%，若主要客户的经营受行业市场环境不利变化影响导致款项不能及时收回，公司财务状况将受到不利影响。

（六）实际控制人持股集中和不当控制带来的风险

公司控股股东伟杉管理直接持有公司股份比例为 72.20%，实际控制人徐伟、肖杉、徐思佳及其一致行动人李龙共同控制公司股东会表决权比例合计为 94.20%。公司虽然制定了比较完善的法人治

理结构，但仍然不能完全避免控股股东、实际控制人利用其自身地位，通过行使投票权或其他方式对公司的发展战略、经营决策、财务管理、人事任免等进行不当控制，进而损害公司和中小股东利益的风险。

六、财务报告审计截止日后的主要财务信息及经营情况

财务报告审计截止日至本招股说明书签署日，公司总体经营情况良好，经营模式未发生重大不利变化；公司与主要客户、供应商合作情况良好，未出现重大不利变化；董事、监事和高级管理人员未发生重大不利变化；公司所处行业及市场发展情况良好，未出现重大不利变化，未发生其他可能影响投资者判断的重大事项。

财务报告审计截止日后至本招股说明书签署日，公司经营情况稳定，主要经营模式未发生重大变化，主要客户和供应商的构成及其他可能影响投资者判断的重大事项等方面未发生重大变化，未发生对经营情况和未来经营业绩造成重大不利影响的事项。

公司财务报告审计截止日为 2024 年 12 月 31 日，公司 2025 年 1-3 月业绩情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-3 月	2024 年 1-3 月	变动率
营业收入	16,349.03	15,173.24	7.75%
归属于母公司所有者的净利润	1,044.68	801.77	30.30%

注：上表中的 2025 年 1-3 月数据已经会计师审阅，该数据不构成盈利预测。

目录

声明	2
本次发行概况	3
重大事项提示	4
目录	7
第一节 释义	8
第二节 概览	10
第三节 风险因素	21
第四节 发行人基本情况	26
第五节 业务和技术	64
第六节 公司治理	126
第七节 财务会计信息	139
第八节 管理层讨论与分析	165
第九节 募集资金运用	262
第十节 其他重要事项	271
第十一节 投资者保护	273
第十二节 声明与承诺	277
第十三节 备查文件	288
第十四节 附件	289

第一节 释义

本招股说明书中，除非文意另有所指，下列简称和术语具有的含义如下：

普通名词释义		
有限公司	指	广东玫瑰岛家居股份有限公司前身，包括广东玫瑰岛卫浴有限公司、中山市伟莎卫浴有限公司
公司、本公司、股份公司、玫瑰岛、发行人	指	广东玫瑰岛家居股份有限公司
玫瑰岛科技	指	广东玫瑰岛卫浴科技有限公司，公司的全资子公司
壹捌伍捌	指	广东壹捌伍捌家居有限公司，公司的全资子公司
牧浴家居	指	深圳牧浴家居有限公司，公司的全资子公司
玫瑰岛定制	指	北京玫瑰岛定制家居有限公司，公司的全资子公司
中山全景	指	中山市全景智能家居有限公司，公司的全资子公司
丹萨尼（中山）	指	丹萨尼卫浴（中山）有限公司，公司的参股子公司
伟杉管理	指	中山市伟杉企业管理有限公司
虎嗅管理	指	中山市虎嗅企业管理中心（有限合伙）
龙格投资	指	深圳龙格投资管理有限公司
龙吟管理	指	中山市龙吟企业管理中心（有限合伙）
北京玫瑰岛	指	北京玫瑰岛卫浴有限公司
中共中央	指	中国共产党中央委员会
全国人大	指	中华人民共和国全国人民代表大会
国务院	指	中华人民共和国国务院
工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
财政部	指	中华人民共和国财政部
商务部	指	中华人民共和国商务部
住建部	指	中华人民共和国住房和城乡建设部
科技部	指	中华人民共和国科学技术部
国家税务总局	指	中华人民共和国国家税务总局
发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
市场监管总局	指	国家市场监督管理总局
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《公司章程》	指	《广东玫瑰岛家居股份有限公司章程》
股东大会、股东会	指	广东玫瑰岛家居股份有限公司股东大会/股东会
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
北交所	指	北京证券交易所
全国股转系统	指	全国中小企业股份转让系统
全国股转公司	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
主办券商、国投证券、保荐机构、主承销商	指	国投证券股份有限公司
国枫律师	指	北京国枫律师事务所
天健会计师	指	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
报告期	指	2022 年度、2023 年度、2024 年度
报告期各期末	指	2022 年 12 月 31 日、2023 年 12 月 31 日、2024 年 12 月 31 日
元、万元	指	人民币元、人民币万元
箭牌家居	指	箭牌家居集团股份有限公司

惠达卫浴	指	惠达卫浴股份有限公司
皮阿诺	指	广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司
顶固集创	指	广东顶固集创家居股份有限公司
保利发展	指	保利发展控股集团股份有限公司
中海地产	指	中海企业发展集团有限公司
招商蛇口	指	招商局蛇口工业区控股股份有限公司
中南集团	指	江苏中南建设集团股份有限公司
香港置地	指	置地控股有限公司
星河地产	指	星河控股集团有限公司
龙湖地产	指	龙湖集团控股有限公司
华住集团	指	华住酒店管理有限公司
MERLYN	指	Merlyn Showering Inc
ABG	指	American Bath Group
BATHROOM	指	Bathroom Brands (Asia) Pte. Ltd.
FERO-TERM	指	Fero-Term d.o.o.
KOHLER	指	Kohler Co.
艾媒咨询	指	iMedia Research（艾媒咨询），广州艾媒数聚信息咨询股份有限公司，第三方数据挖掘和分析机构
尚普咨询	指	尚普咨询集团有限公司，第三方数据挖掘和分析机构
亿欧数据	指	北京亿欧网盟科技有限公司，第三方数据挖掘和分析机构
奥维云网	指	北京奥维云网大数据科技股份有限公司，第三方数据挖掘和分析机构
专业名词释义		
全卫定制	指	结合消费者的卫生间空间结构与个性化需求，提供淋浴房、浴室柜、马桶、花洒、龙头、壁龛、地漏及其他功能配件等卫浴产品一站式定制解决方案
定制家居	指	按照消费者的具体房型上门测量、量身设计，并按照个性设计方案完成家居产品的个性定制生产与安装的各类家居产品
委托加工/外协加工	指	由委托方提供原材料和主要材料，受托方按照委托方的要求制造货物并收取加工费和代垫部分辅助材料加工的业务。
ODM	指	Original Design Manufacturer，原始设计制造商，指由采购方委托制造方提供从研发、设计到生产、后期维护的全部服务，而由采购方负责销售的生产方式
柔性化生产	指	主要依靠有高度柔性的以计算机数控机床为主的制造设备来实现多品种、小批量的生产方式
城镇化率	指	城镇常住人口占该地区常住总人口的比例
ISO9001 、 ISO14000 、 ISO45001	指	国际标准化组织（ISO）颁布的质量管理国际标准文件体系
品牌首选率	指	产品品牌被客户、消费者优先选择的概率
开料	指	指根据工艺要求及尺寸规格将原材料按需要的尺寸裁剪
抛光	指	利用机械、化学或电化学的作用，使工件表面粗糙度降低，以获得光亮、平整表面的加工方法
B2B	指	Business-to-Business 的缩写，指生产厂商直接对接企业级终端客户的垂直销售方式
KOL	指	Key Opinion Leader 的缩写，即关键意见消费者，一般指能影响自己的朋友、粉丝，产生消费行为的消费者。

注：本招股说明书中因四舍五入原因可能出现总数与合计尾数不符的情况。

第二节 概览

本概览仅对招股说明书作扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、 发行人基本情况

公司名称	广东玫瑰岛家居股份有限公司	统一社会信用代码	914420007946192698
证券简称	玫瑰岛	证券代码	873024
有限公司成立日期	2006 年 10 月 8 日	股份公司成立日期	2023 年 11 月 28 日
注册资本	6,028.00 万元	法定代表人	肖杉
办公地址	广东省中山市港口镇木河迳工业区新胜六街 2 号		
注册地址	广东省中山市港口镇木河迳工业区新胜六街 2 号		
控股股东	伟杉管理	实际控制人	徐伟、肖杉、徐思佳
主办券商	国投证券	挂牌日期	2024 年 10 月 31 日
上市公司行业分类	C 制造业		C21 家具制造业
管理型行业分类	C 制造业	C21 家具制造业	C219 其他家具制造 C2190 其他家具制造

二、 发行人及其控股股东、实际控制人的情况

发行人成立于 2006 年 10 月，是一家专业从事淋浴房、浴室柜、智能马桶、花洒等全卫定制产品及全景门、生态门、玻璃金属柜类等定制家居的研发、设计、生产及销售的国家高新技术企业。发行人于 2024 年 10 月 31 日在全国股转系统挂牌并同时进入创新层。

截至本招股说明书签署日，公司第一大股东伟杉管理直接持有公司 4,351.99 万股，直接持股比例为 72.20%，为公司的控股股东。

徐伟、肖杉二人为夫妻关系，徐思佳系徐伟、肖杉的女儿，徐伟、肖杉、徐思佳共同控制公司股东会表决权比例合计为 92.27%，为公司共同实际控制人。

报告期内，发行人控股股东、实际控制人未发生变化。

三、 发行人主营业务情况

公司是一家专业从事淋浴房、浴室柜、智能马桶、花洒等全卫定制产品及全景门、生态门、玻璃金属柜类等定制家居的研发、设计、生产及销售的国家高新技术企业。

公司是国内最早的淋浴房生产企业之一。在定制淋浴房的基础上，公司逐步拓展了定制浴室柜、智能马桶、花洒、浴缸、智能毛巾架、壁龛、地漏等卫浴产品，并提出了“一卫一定制，所见即所得”的全卫定制主张，为消费者提供健康舒适的一站式高端全卫定制解决方案。同时，公司于 2018

年开拓了市场空间更大的全景门品类，并逐步拓展生态门、玻璃金属柜类等定制家居产品，成为公司重要的第二增长曲线。公司产品设计兼顾了实用功能与美观外形，多次获得德国红点设计奖、德国 IF 产品设计奖、美国 MUSE 设计金奖、意大利 A’ 设计大奖、红棉设计奖、沸腾质量金奖等国内外大奖。

公司在广东省中山市、江门市建成两大智能制造基地，占地总面积 300 余亩，并斥资打造前后端一体化的全流程信息化系统，精准处理大规模的个性化订单并形成高效的柔性化生产能力，为消费者提供优质的消费体验与服务，满足消费者的个性化定制需求。

公司在零售业务方面，已建立覆盖全国的零售网络体系，拥有近 700 家经销商，覆盖中国 30 个省、自治区和直辖市，门店主要入驻红星美凯龙、居然之家、喜盈门等高端连锁家居建材卖场。在大宗业务方面，公司与保利发展、中海地产、招商蛇口等国内头部房地产企业建立了长期稳定的合作关系，并逐渐开拓酒店业务渠道，与华住集团等酒店客户达成战略合作并成为其指定供应商。在出口业务方面，公司与 ABG、KOHLER、MERLYN、BATHROOM 等国际知名卫浴企业紧密合作，产品远销爱尔兰、英国、美国、加拿大、克罗地亚等 30 多个国家和地区。

经过近 20 年的产品研发、市场培育、品牌运营，公司已经成为国内淋浴房行业头部企业，在国内市场拥有良好的品牌美誉度。在零售业务方面，公司 2022 至 2024 年连续三年被红星美凯龙评为定制卫浴榜 No.1。在大宗业务方面，根据中国房地产业协会发布的《2025 房建供应链企业综合实力 TOP500-首选供应商服务商测评研究报告》，玫瑰岛以 11% 的品牌首选率，位列室内全景门第一。

报告期内，公司主营业务未发生变化。

四、 主要财务数据和财务指标

项目	2024年12月31日 /2024年度	2023年12月31日 /2023年度	2022年12月31日 /2022年度
资产总计(元)	797,716,623.03	724,223,661.68	733,539,264.24
股东权益合计(元)	511,547,600.85	435,284,188.18	401,998,577.82
归属于母公司所有者的股东权益(元)	511,547,600.85	435,284,188.18	401,998,577.82
资产负债率（母公司）（%）	43.92	45.07	49.27
营业收入(元)	823,177,984.22	775,885,950.65	752,444,899.45
毛利率（%）	30.96	32.94	32.22
净利润(元)	69,200,265.57	95,403,310.85	108,233,948.50
归属于母公司所有者的净利润(元)	69,200,265.57	95,403,310.85	108,233,948.50
归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润(元)	68,303,380.98	95,736,354.91	107,048,639.92
加权平均净资产收益率（%）	14.61	23.87	32.95
扣除非经常性损益后净资产收益率（%）	14.42	23.95	32.59

基本每股收益（元/股）	1.15	1.59	-
稀释每股收益（元/股）	1.15	1.59	-
经营活动产生的现金流量净额（元）	18,851,933.91	115,380,609.81	184,181,718.68
研发投入占营业收入的比例（%）	3.97	3.76	3.83

五、 发行决策及审批情况

（一）本次发行已履行的决策程序

2025年5月6日，发行人召开了第一届董事会第七次会议，审议通过了《关于公司申请向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市的议案》《关于提请公司股东大会授权董事会办理公司申请向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市事宜的议案》等相关议案。

2025年6月6日，发行人召开了2025年第二次临时股东大会，审议通过了《关于公司申请向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市的议案》《关于提请公司股东大会授权董事会办理公司申请向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市事宜的议案》等相关议案。

（二）本次发行尚需履行的程序

公司本次发行尚需经过北京证券交易所审核通过和中国证监会同意注册，在通过上述相关程序之前，公司将不会实施本次发行方案。

六、 本次发行基本情况

发行股票类型	人民币普通股
每股面值	1.00 元
发行股数	本次发行的股票数量不超过 2,010.00 万股（含本数，不含超额配售选择权）。发行人及主承销商将根据具体发行情况择机采用超额配售选择权，采用超额配售选择权发行的股票数量不超过本次发行股票数量的 15%，即不超过 301.50 万股（含本数），包含采用超额配售选择权发行的股票数量在内，本次发行的股票数量不超过 2,311.50 万股（含本数）
发行股数占发行后总股本的比例	-
定价方式	公司和主承销商自主协商选择直接定价、合格投资者网上竞价或网下询价等方式确定发行价格，最终定价方式将由股东会授权董事会与主承销商根据具体情况及监管要求协商确定
发行后总股本	-
每股发行价格	以后续询价或定价产生的价格作为发行底价
发行前市盈率（倍）	-
发行后市盈率（倍）	-

发行前市净率（倍）	-
发行后市净率（倍）	-
预测净利润（元）	-
发行前每股收益（元/股）	-
发行后每股收益（元/股）	-
发行前每股净资产（元/股）	-
发行后每股净资产（元/股）	-
发行前净资产收益率（%）	-
发行后净资产收益率（%）	-
本次发行股票上市流通情况	-
发行方式	本次发行将采取发行人和主承销商自主协商直接定价、网下向询价对象申购配售和网上向社会公众合格投资者定价发行相结合的发行方式或证券监管部门认可的其他发行方式
发行对象	符合国家法律法规和监管机构规定的已开通北京证券交易所股票交易权限的合格投资者
战略配售情况	-
预计募集资金总额	-
预计募集资金净额	-
发行费用概算	-
承销方式及承销期	承销方式：主承销商余额包销；承销期：招股说明书在中国证监会、北交所指定报刊刊登之日起至主承销商停止接受投资者认购款之日
询价对象范围及其他报价条件	符合北交所要求的合格投资者
优先配售对象及条件	-

七、 本次发行相关机构

（一） 保荐人、承销商

机构全称	国投证券股份有限公司
法定代表人	段文务
注册日期	2006 年 8 月 22 日
统一社会信用代码	91440300792573957K
注册地址	深圳市福田区福田街道福华一路 119 号安信金融大厦
办公地址	深圳市福田区福田街道福华一路 119 号安信金融大厦
联系电话	0755-81682841
传真	0755-82825319
项目负责人	胡家彬
签字保荐代表人	刘腾蛟、胡家彬
项目组成员	吴中华、胡遥、张敬衍、刘虹沁、王健、李秋函

（二） 律师事务所

机构全称	北京国枫律师事务所
负责人	张利国
注册日期	2005 年 1 月 7 日
统一社会信用代码	31110000769903890U
注册地址	北京市东城区建国门内大街 26 号新闻大厦 7 层

办公地址	北京市东城区建国门内大街 26 号新闻大厦 7 层
联系电话	010-88004488
传真	010-66090016
经办律师	林铠燊、张学达、陈建桦

（三） 会计师事务所

机构全称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
负责人	张立琰
注册日期	2011 年 7 月 18 日
统一社会信用代码	913300005793421213
注册地址	浙江省杭州市西湖区灵隐街道西溪路 128 号
办公地址	杭州市钱江新城钱江路 1366 号华润大厦 B 座
联系电话	0571-88216888
传真	0571-88216999
经办会计师	丁晓燕、王巧君

（四） 资产评估机构

√适用 □不适用

机构全称	银信资产评估有限公司
负责人	梅惠民
注册日期	1994 年 11 月 16 日
统一社会信用代码	9131000063026043XD
注册地址	上海市嘉定区曹安公路 1615 号 706 室-3
办公地址	上海市汉口路 99 号久事商务大厦 9 楼
联系电话	021-63391088
传真	021-63391116
经办评估师	丁晓宇、杜凤姣

（五） 股票登记机构

机构全称	中国证券登记结算有限责任公司北京分公司
法定代表人	黄英鹏
注册地址	北京市西城区金融大街 26 号 5 层 33
联系电话	010-58598980
传真	010-58598977

（六） 收款银行

户名	国投证券股份有限公司
开户银行	中信银行深圳分行营业部
账号	744101087000001190

（七） 申请上市交易所

交易所名称	北京证券交易所有限责任公司
法定代表人	周贵华

注册地址	北京市西城区金融大街丁 26 号
联系电话	010-63889755
传真	010-63884634

（八） 其他与本次发行有关的机构

☐适用 ☒不适用

八、 发行人与本次发行有关中介机构权益关系的说明

截至本招股说明书签署日，公司与本次发行有关的保荐人、承销机构、证券服务机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间不存在直接或者间接的股权关系或其他权益关系。

九、 发行人自身的创新特征

公司是一家专业从事淋浴房、浴室柜、智能马桶、花洒等全卫定制产品及全景门、生态门、玻璃金属柜类等定制家居的研发、设计、生产及销售的国家高新技术企业。依托自身持续的创新能力及精益化质量管理体系，公司已发展成为国内知名的定制家居企业，并具备较强的核心竞争力和较高的市场地位。公司的创新特征体现在以下多个方面：

1、创新投入及产出

公司是国家高新技术企业、广东省“专精特新”中小型企业。根据市场需求趋势，结合公司发展战略规划，公司通过多年自主研发积累，在淋浴房、全景门等领域取得关键及核心技术的突破。

公司持续进行产品设计和生产工艺的创新，以满足客户及终端消费者不断升级的需求。报告期内，公司研发投入金额分别为 2,879.42 万元、2,914.21 万元和 3,271.19 万元，占营业收入的比例分别为 3.83%、3.76%和 3.97%。截至报告期末，公司及其子公司共拥有有效授权专利 82 项，其中境内发明专利 9 项、境内实用新型专利 57 项、境内外观专利 11 项、境外专利 5 项。

在始终保持较高审美水准的基础上，公司在产品研发和设计过程中坚持以人为本、注重细节，充分考虑人与卫浴空间的融合，通过对细节设计的反复打磨，创造出更具人性化的卫浴产品，如“内飞门”满足大部分小浴室需求；公司独创的“升降挡水条”，关门时下降以保证最佳封水，开门时升高将玻璃上水兜住，干区可放置地毯、可实现无障碍进出，为消费者带来舒适和便捷；“全包框”结构、防爆膜应用，给消费者带来安全感。此外，公司积极探索新型环保材料和高性能材料在家居产品中的应用，开发了一系列具有环保、耐用、美观等特点的高端家居产品，例如，公司在表面处理工艺上采用了纳米涂层技术，显著提升了产品的耐磨性、抗污性和美观度。同时，公司不断优化生产工艺，引入先进的自动化生产设备和智能化制造技术，提高了生产效率和产品质量。

公司通过产品的自主研发和优化、产品功能和生产工艺的自主创新，形成了拥有完整自主知识

产权的技术体系。公司通过自主研发，形成了 9 项核心技术，相关核心技术涵盖淋浴房、全景门等产品。公司的核心技术均来源于自主研发，核心技术特点如下所示：

序号	技术名称	技术特色	技术来源	技术应用情况	是否实现规模化生产	专利号
1	内飞门	小户型友好设计，开关门不占用空间。新颖的滑轮滑轨结构，使内飞门折叠推拉时顺畅自如，门闭合后全方位无缝隙，增强整体美观性及产品防水性能。完全开门状态时，门玻与固玻重叠齐平，全面释放进出空间。	自主技术	淋浴房	是	201721817697.7 201920719179.4 202122142021.5
2	旋转式防水装置平开门	当活动门关上时，防水条旋转下压将活动门的底部遮挡住，防止淋浴过程中水从活动门的底部飞溅到外部；打开活动门时，防水条翘起，活动门上残留的水通过防水条导流到淋浴区内，提升了产品的防水与安全性能。	自主技术	淋浴房	是	202121696357.X 202121696336.8
3	隐藏式缓冲门	隐藏式缓冲门导轨内置依次相连的倾斜段和水平段，倾斜段的低端处是门的停泊位。阻尼器无拉簧装置，开启轻盈，通过阻尼触发器与阻尼杆接触实现缓冲作用。门能缓慢、静音闭合或开启，产品体验感与安全性能提升。避免了在开门或关门时用力过大猛烈撞击对产品的损伤，而且减弱因刚性碰撞产生的噪音。	自主技术	淋浴房、全景门	是	201420649152.X
4	连动吊移门	将连动吊移门定制的传动零部件组件化、独立化、标准化，降低制作成本，便于批量生产的质量控制。不受淋浴房定制的尺寸面积限制，安装精度有可靠的保证，降低故障率，让连动移门更顺滑稳固，经久耐用；同时提高安装便捷性能。增加阻尼装置，在活动门即将关闭时，有约 2-3 秒的缓冲减速，避免使用不当造成的关门夹手安全问题及碰撞产生的噪音。	自主技术	淋浴房	是	201822180292.8
5	悬浮推拉门	通过可调节滑轮组件使推拉门易安装、易调整，地轨悬浮结构承载稳固，干湿分离性能大大增强，美观合理又实用。	自主技术	淋浴房	是	202020004479.7
6	磁悬浮门	磁悬浮门利用两永磁体产生的排斥力将门托举起来，使门完全悬浮，利用磁体产生的磁力来抵消门的荷载，推拉门省力容易；门顶、底部设有导向滑轮组件，顶部框架设置导向轨，使门均衡定位，运行更加平稳顺滑。	自主技术	淋浴房	是	201020187851.9 201020187836.4
7	无障碍移动门	无障碍地漏组件埋在地面且位于门的正下方，当门处于闭合状态时，门采用的无极旋转式单向轴承阻尼装	自主技术	淋浴房	是	202111347040.X

		置会减缓关门的速度，防止发生较大的冲击力导致的损坏或者产生较大噪音。门在闭合时会下降使门底的密封条压在不障碍地漏上，防水效果好；当门处于开启状态时，门会上升无阻挡移动。无障碍地漏还分为两个储水腔，当一个储水腔的排水口堵塞没有及时清理，水会漫过储水腔隔板进入另一个储水腔从备用排水口排走，减少或防止清理前因水溢出造成的麻烦。				
8	反向连动门	当拉动一个移动门开启时，被拉动的移动门可带动反向连动机构驱动另一个移动门移动，实现两个移动门的同步开启或关闭。内置同步双向连动系统，具有高性能静音阻尼及自闭机械装置，单手轻轻推拉，即可实现同步对开连动。	自主技术	淋浴房、全景门	是	200920193913.4 201020680588.7
9	悬吊式平衡轨道	淋浴门轨道受到门体的重力影响，跨度大于 1500mm 时容易向下弯曲变形，轨道上部不能保持水平，导致门体与侧框之间出现间隙，影响密封性能及美观性。悬吊式平衡轨道采用双轨结构，从根本上解决了上述问题，弯曲形变主要作用在与侧框组件连接的外轨，内轨用于与门体滑动配合，有利于使门体的滑动轨迹保持水平，提升产品易用性、美观性。	自主技术	淋浴房	是	202421343369.8 202410753121.7

2、创新认可

公司是国内最早的淋浴房生产企业之一。自成立以来，公司持续创新以“金属+玻璃”为主要材质的定制卫浴产品，在定制淋浴房的基础上，结合市场需求和行业趋势，持续推出具有创新性的家居产品。

公司产品设计兼顾了实用功能与美观外形，产品在上市前均会经历多次的细节打磨。公司拥有经验丰富的设计研发团队，按国际 ISO 测试标准建立了实验室，并经过第三方 Intertek 认证，成为 Intertek 卫星实验室，能够独立开展材料性能测试、成品稳定性测试、耐疲劳测试、密水测试、冷热水循环测试、包装测试等。公司多次获得德国红点设计奖、德国 IF 产品设计奖、美国 MUSE 设计金奖、意大利 A'设计大奖、红棉设计奖、沸腾质量金奖等奖项。同时，公司积极参与多项国家标准、行业标准以及团体标准的制定，具体如下：

序号	标准名称	标准	发布单位	参与	标准号	发布时间	实施时间
1	《淋浴房》	团体标准	中国建筑卫生陶瓷协会	主要起草单位	T/CBCSA 6-2019	2019 年 8 月 30 日	2019 年 9 月 30 日
2	《淋浴房》	团体	中国五金制品协会	主要	T/CNHA 1022-2019	2019 年 9	2019 年 12

		标准		起草单位		月 24 日	月 24 日
3	《淋浴房》	行业标准	中华人民共和国工业和信息化部	主要起草单位	QB/T 2584-2023	2023 年 4 月 21 日	2023 年 11 月 1 日
4	《消费品质量分级导则卫生洁具》	国家标准	国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会	主要起草单位	GB/T 44460-2024	2024 年 8 月 23 日	2025 年 3 月 1 日
5	《家居产品适老化设计指南》	国家标准	国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会	主要起草单位	GB/T 45272-2025	2025 年 2 月 28 日	2025 年 9 月 1 日
6	《全景门》	团体标准	中国建筑卫生陶瓷协会	主要起草单位	T/CBCSA 3-2023（计划号）	-	-
7	《阳台柜》	团体标准	中国建筑卫生陶瓷协会	主要起草单位	T/CBCSA 4-2023（计划号）	-	-
8	《浴室用智能镜柜》	团体标准	中国建筑卫生陶瓷协会	主要起草单位	T/CBCSA 59-2025（计划号）	-	-
9	《智能坐便器能效水效限定值及等级》	国家标准	国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会	主要起草单位	GB 38448	-	-

注：计划号 T/CBCSA3-2023、T/CBCSA4-2023、T/CBCSA59-2025 的团体标准与标准号 GB38448 的国家标准尚处于报批阶段

通过技术研发和产品设计，不断完善产品线，建立了较为完善的销售、采购、研发设计体系，经过近 20 年的发展，凭借过硬的产品质量、稳定的供货能力以及可靠的售后服务，在零售业务方面，截至 2024 年 12 月 31 日，公司拥有近 700 家经销商，覆盖中国 30 个省、自治区和直辖市；在大宗业务方面，公司与保利发展、中海地产、招商蛇口等国内头部房地产企业建立了长期稳定的合作关系。在出口业务方面，公司与 ABG、KOHLER、MERLYN、BATHROOM 等国际知名卫浴企业紧密合作，产品远销爱尔兰、英国、美国、加拿大、克罗地亚等 30 多个国家和地区。

公司逐步构建了具有自身特色的创新体系，形成了强大的市场竞争力和品牌影响力。在零售业务方面，公司 2022 至 2024 年连续被红星美凯龙评为定制卫浴榜 No.1。在大宗业务方面，根据中国房地产业协会发布的《2025 房建供应链企业综合实力 TOP500-首选供应商服务商测评研究报告》，玫瑰岛以 11% 的品牌首选率，位列室内全景门第一。

3、智能化、数字化、绿色化

公司始终坚持“质量第一”的原则，在规范化生产管理方面，公司已通过 ISO9001、ISO14001、ISO45001、知识产权等管理体系认证，通过 CE 认证、SGCC 认证等国际权威认证等。

公司积极响应国家《零售业创新提升工程实施方案》，打造“生产+平台+消费者”的平台型供应链，开展“个性定制+柔性生产+及时物流”，除了当日出图及个性化定制等销售端服务外，在生产、物流端均着力提升。生产端，公司在广东省中山市、江门市建成两大智能制造基地，占地总面积 300 余亩，并斥资打造前后端一体化的全流程信息化系统，精准处理大规模个性化的订单并形成高效的柔性化生产能力，为消费者提供优质的消费体验与服务，满足消费者的个性化定制需求。同时，针对淋浴房产品生产具有种类多、型号多、批次多的特点，公司以产品工艺设计为先导，以数控技术为核心，公司通过持续对产线进行智能化改造，实现产线自动化地完成公司多型号、多批量的加工、制造、检测、包装等过程，使产品质量可量化、标准化。物流端，通过与经销商、客户、安装队紧密合作，有效缩短货物交接时间、加快安装队衔接，提高物流及安装的及时性。

公司以 ERP 系统为中心，重点围绕门店营销、研发设计、供应链管理、计划管理、生产制造执行管理、安装售后等核心业务环节，搭建了玫瑰岛智慧营销客户订单全生命周期管理系统、PDM 产品数据建库平台、玫瑰岛全卫定制 3D 设计系统、玫瑰岛 SRM 供应商协同管理系统及生产制造执行 MES 系统，并不断优化升级，实现各类数据的协同互通，有力促进了上述核心业务环节的精细化管理和高效运转，逐步形成了较强的数字化运营管理能力。

此外，公司积极响应国家“碳达峰、碳中和”的号召，在中山及江门基地布置了分布式光伏系统，可利用发电面积超过 55,000m²。光伏系统投入运营后，为厂房降温 5~8℃，同时减少空调运转周期和功率，减少电力资源消耗，为玫瑰岛的“绿色制造”注入了新动力。

十、 发行人选择的具体上市标准及分析说明

发行人本次发行选择的具体上市标准为北京证券交易所发布的《北京证券交易所股票上市规则》第 2.1.3 条之“（一）预计市值不低于 2 亿元，最近两年净利润均不低于 1,500 万元且加权平均净资产收益率平均不低于 8%，或者最近一年净利润不低于 2,500 万元且加权平均净资产收益率不低于 8%”。

根据发行人的盈利能力、可比公司的估值情况，发行人预计发行时市值不低于人民币 2 亿元，符合“预计市值不低于 2 亿元”的标准；发行人 2023 年度、2024 年度归属于挂牌公司股东的净利润（以扣除非经常性损益前后孰低者为计算依据）分别为 9,540.33 万元和 6,830.34 万元，符合“最近两年净利润均不低于 1500 万元”的标准；发行人 2023 年度、2024 年度加权平均净资产收益率（以扣除非经常性损益前后孰低者为计算依据）分别为 23.87%和 14.42%，符合“加权平均净资产收益率平均不低于 8%”的标准。因此，发行人预计符合所选择的上市标准。

十一、 发行人公司治理特殊安排等重要事项

截至本招股说明书签署日，发行人在公司治理中不存在特殊安排等需要披露的重要事项。

十二、 募集资金运用

经公司第一届董事会第七次会议及 2025 年第二次临时股东大会审议通过，公司本次发行募集资金总额扣除发行费用后，拟用于投资以下项目：

序号	项目名称	投资总额 (万元)	拟募集资金投入金额 (万元)
1	定制家居生产基地建设项目（一期）	31,813.07	20,000.00
2	总部大楼、研发中心及信息化中心建设项目	11,178.94	7,000.00
3	品牌推广及营销展示中心建设项目	7,484.71	5,000.00
4	补充流动资金	5,000.00	5,000.00
合计		55,476.72	37,000.00

本次发行募集资金到位前，公司可根据项目实际建设进度以自有或自筹资金先行投入，待募集资金到位后予以置换。若本次实际募集资金净额少于上述项目拟投入募集资金总额，资金缺口由公司以自有或自筹资金解决。如实际募集资金超出上述项目所需资金，超出部分将根据中国证监会及证券交易所的有关规定处理。

本次募集资金运用详细情况详见本招股说明书“第九节 募集资金运用”。

十三、 其他事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在需披露的其他事项。

第三节 风险因素

一、行业和经营风险

（一）房地产行业波动的风险

公司主营产品为淋浴房、全景门、浴室柜等，属于家居行业细分品类，与房地产行业密切相关。近年来，政府陆续出台了一系列包括土地、信贷等在内的房地产宏观调控政策，其主要目的是促进房地产市场平稳健康发展。未来如果国家对房地产行业调控力度加大或者宏观经济形势变化导致房地产市场出现大幅波动，消费者的购房和装修需求增长放缓，将会给公司的产品销售带来不利影响，如公司不能及时通过调整策略、优化客户结构等措施提升公司竞争力降低影响，将会使得公司面临房地产市场波动导致的业绩下滑风险与资金回款风险。

（二）市场竞争风险

尽管公司通过规模化生产、全渠道布局及品牌建设逐步扩大市场份额，但定制家居及淋浴房行业仍存在大量区域性中小厂商，市场竞争呈现“大行业、小企业”特征。定制家居企业以往具有一定的细分行业边界，为持续提升业绩，各大定制家居品牌往其他细分行业渗透以稳定收入规模，以个人消费者客户为主或房地产客户为主的品牌相互渗透，进一步加剧了行业竞争。若公司未能持续在技术研发、供应链效率、差异化服务能力、提供全套定制方案能力、渠道和品牌建设等方面及时进行足够的投入，稳固现有细分产品市场地位的同时积极开拓新的销售及利润增长点，可能面临市场份额被挤压、盈利能力下降的风险。

（三）主要原材料价格波动的风险

报告期内，直接材料占主营业务成本的比例分别为 65.52%、63.43%和 63.93%。公司生产所需的原材料包括玻璃、铝棒、五金等，相关原材料价格受国内外经济形势、国家宏观调控政策及市场供求变动等因素的影响较大，若未来大宗原材料价格出现大幅波动，且公司不能采取措施将原材料上涨的压力向上游企业或下游企业转移，又或者在原材料价格波动中未能够做好存货管理，导致公司生产成本发生较大变化，公司的经营业绩将受到不利影响。

（四）与大宗、出口业务主要客户的框架性合作协议无法续签的风险

报告期内，公司大宗业务收入占主营业务收入的比例分别为 27.10%、27.58%和 32.17%；出口业务收入占主营业务收入的比例分别为 35.30%、30.19%和 32.88%，是公司重要的收入来源。公司大宗业务主要与中海地产、招商蛇口、保利发展等知名地产企业建立了战略合作关系，公司通过投标方式参与主要工程客户的招标并在中标后与其签署框架性合作协议；公司出口业务主要与 ABG、KOHLER、MERLYN、BATHROOM 等国际知名卫浴企业合作。尽管公司在行业内具有较高的知名

度和认可度，与主要客户保持了长期稳定的合作关系，但若公司无法及时跟进该类型客户的市场需求，或无法提供稳定可靠的供货能力以及快速响应的服务能力，或受国际贸易摩擦的影响，则存在框架性合作协议到期后无法续约的风险，将会对公司大宗业务、出口业务的持续稳定增长产生一定的不利影响。

（五）产品质量风险

消费者在选购淋浴房、全景门等家居产品时，产品的安全性是其核心关注点之一。公司始终恪守严格的质量控制标准，并推行了包括 5S、零缺陷、全面质量管理等在内的多项质量管理活动，以确保产品及服务的质量。但是，产品质量控制涉及环节较多，管理难度较大，容易受到各种不确定因素或无法事先预见因素的影响，例如钢化玻璃自身存在约千分之三的自爆率、安装过程中施工质量无法标准化等。随着公司业务规模的逐渐扩大，不排除由于不可抗力因素及其他人为原因等导致公司出现产品质量问题，从而影响公司经营业绩。

（六）经营业绩季节性波动的风险

受国家法定节假日、地域气候条件以及风俗习惯的影响，公司所处行业表现出一定的季节性特征。第一季度通常为建筑及装修活动的淡季。第二季度一般进行土建、户外施工，整体家居交付量不及第三、四季度。基于大宗业务客户新开发的住宅项目多在第三和第四季度竣工并结算，以及零售业务个人消费者在春节前需要完工入伙等因素，导致下半年的营业收入普遍高于上半年，进而对公司库存管理、订单处理、经营业绩以及现金流稳定性产生影响。同时，这些季节性因素亦使得企业的财务状况和经营成果出现波动，增加了公司经营业绩面临季节性波动的风险。

（七）经销商管理风险

经销模式是公司零售业务的重要销售渠道。经销模式有利于公司借助经销商的区域资源优势拓展营销网络，并对各级市场进行有效渗透、提高产品的市场占有率。截至 2024 年末，公司在国内已发展经销商近 700 家，并已经覆盖全国 30 个省、自治区、直辖市以及各个省份的主要城市。尽管公司与经销商建立了良好的长期合作关系，且在与经销商签订的合作协议中约定了经销商的权利和义务，在形象设计、人员培训、产品定价等方面对经销商进行了统一管理。但若个别经销商未按照合作协议的约定进行产品的销售和服务，或经营活动有悖于公司品牌的经营宗旨，将会对公司的市场形象产生负面影响。同时，若经销商无法按计划完成业绩目标，公司的经营业绩将受到不利影响。

（八）国际贸易涉及关税税率变化的风险

报告期内，公司产品出口业务收入分别为 25,986.82 万元、22,525.15 万元和 25,985.25 万元，占主营业务收入的比重分别为 35.30%、30.19%和 32.88%，其中对美国的销售收入分别为 7,390.03 万元、4,943.66 万元和 4,124.98 万元。由于国际贸易中的关税税率存在变化的风险，以及各国家发起

反倾销和反补贴调查等措施存在不确定性，未来若相关因素导致公司贸易环境出现重大不利情形，公司的国际市场业务拓展可能会因此受到一定影响，进而会对公司的经营业绩产生不利影响。

二、财务风险

（一）存货余额增加及跌价风险

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 15,956.88 万元、16,998.20 万元和 21,896.29 万元，占各期末流动资产的比例分别为 31.14%、34.64%和 38.83%，整体呈上升趋势。未来随着公司业务规模的扩大以及公司根据市场需求预测备货等原因，公司存货余额可能会进一步增加。若公司下游客户需求发生重大不利变化、市场竞争加剧，同时公司不能及时拓宽销售渠道、优化库存管理、管理不善等原因，可能导致存货跌价或毁损，公司将面临一定的存货跌价风险，对公司经营业绩产生不利影响。

（二）应收账款发生坏账风险

报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 11,534.11 万元、12,079.68 万元和 15,180.28 万元，占各期末流动资产的比例分别为 22.51%、24.61%和 26.92%，整体呈上升趋势。报告期各期末，账龄超过一年以上的应收账款余额占比分别为 34.31%、36.34%和 29.32%，若主要客户的经营受行业市场环境不利变化影响导致款项不能及时收回，公司财务状况将受到不利影响。

（三）经营活动现金流量净额波动的风险

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 18,418.17 万元、11,538.06 万元和 1,885.19 万元，公司经营活动现金流量净额与当期净利润之间的差异金额分别为 7,594.78 万元、1,997.73 万元和 -5,034.83 万元，波动较大，主要是由于大宗业务回款周期长于零售业务和出口业务，销售回款与采购支出及支付给员工的薪酬的时间存在差异。未来，随着公司大宗业务规模的进一步扩大，因上述销售回款周期与支付时点存在的差异可能导致经营现金流大幅波动，公司在营运资金周转上可能存在一定的压力。

（四）毛利率波动下降的风险

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 32.72%、33.93%和 31.93%，呈波动下降趋势。公司主营业务毛利率下降主要是受到报告期内出口业务收入占比持续提升、零售业务推销高性价比产品等因素影响所致。随着公司业务的进一步拓展，若未来出现竞争加剧、下游需求下降、产品价格降低等不利影响因素，而公司无法通过开发新的高毛利率产品或通过规模化生产降低单位固定成本，则公司主营业务毛利率将可能持续下降，对公司整体经营业绩产生不利影响。

（五）企业所得税税收优惠政策变化风险

报告期内，公司及其子公司玫瑰岛科技均属于高新技术企业，均按照高新技术企业享受 15%的

所得税优惠税率和研发费用加计扣除等税收优惠。根据 2022 年 3 月 14 日财政部、税务总局下发的《关于进一步实施小微企业所得税优惠政策的公告》（财政部、税务总局公告 2022 年第 13 号）等相关税收优惠政策，子公司牧浴家居报告期内按小型微利企业享受 20% 的所得税优惠税率，子公司壹捌伍捌和玫瑰岛定制 2023 年度及 2024 年度按小型微利企业享受 20% 的所得税优惠税率。

若未来国家高新技术企业的税收优惠政策、小型微利企业的税收政策发生变化，或公司未来不满足高新技术企业的认定标准，或子公司不符合小微企业的标准，从而无法享受上述税收优惠，导致税收费用上升，将会对公司未来的净利润产生不利影响。

（六）增值税出口退税率以及汇率变动的风险

报告期内，公司出口业务收入分别为 25,986.82 万元、22,525.15 万元和 25,985.25 万元，占主营业务收入的比重分别为 35.30%、30.19% 和 32.88%，出口业务收入金额及占比均较大。报告期内，公司执行国家对于生产企业出口货物增值税“免、抵、退”税收政策，公司主要产品的出口退税率为 13%。未来如果公司产品的出口退税率被调低或取消，将对公司的经营产生不利影响；报告期内，公司因汇率变动形成的汇兑收益金额分别为 654.32 万元、165.95 万元和 275.23 万元，随着公司出口业务规模逐步扩大，未来如果人民币汇率发生不利变动，将对公司的经营产生不利影响。

（七）净资产收益率下降风险

报告期内，公司归属于母公司普通股股东的加权平均净资产收益率分别为 32.95%、23.87% 和 14.61%。本次公开发行股票完成后，公司的净资产将大幅增加，固定资产折旧、研发费用也将相应增长，而募集资金投资项目从投入到产生效益需要一定时间，如果公司净利润的增长在短期内不能与公司净资产增长保持同步，可能存在净资产收益率下降的风险。

三、法律风险

（一）部分房屋建筑物未取得不动产权证书的风险

玫瑰岛在其租赁的位于中山市港口镇木河迳工业区新胜六街 2 号的厂区内自建了一处铁棚仓库，子公司玫瑰岛科技在其拥有的位于台山市三合镇那金工业园 8 号的厂区内因司法拍卖原因整体接收了部分超出玫瑰岛科技土地证红线范围的建筑，另外也自建了部分厂房、办公用房，上述房屋建筑物未办理报建手续，后续亦未取得房产证。因上述房屋建筑物存在法律瑕疵，公司存在被主管部门处以行政处罚并要求拆除相关房屋建筑物的风险。

（二）实际控制人持股集中和不当控制带来的风险

公司控股股东伟杉管理直接持有公司股份比例为 72.20%，实际控制人徐伟、肖杉、徐思佳及其一致行动人李龙共同控制公司股东会表决权比例合计为 94.20%。公司虽然制定了比较完善的法人治理结构，但仍然不能完全避免控股股东、实际控制人利用其自身地位，通过行使投票权或其他方式对公司的发展战略、经营决策、财务管理、人事任免等进行不当控制，进而损害公司和中小股东利

益的风险。

（三）安全生产风险

公司作为制造业企业，生产工序、生产设备和生产人员较多，存在发生安全生产事故的可能性。随着公司业务规模不断扩大，若公司不能持续严格执行各项安全管理制度、不断提高员工安全生产意识、及时维护并更新相关设备设施，则可能面临因员工操作不当或设备故障等原因带来的安全生产风险，进而对员工身体健康、生命安全和公司声誉及经营业绩造成负面影响。

四、与本次发行相关的风险

（一）募集资金投资项目实施风险

本次募集资金扣除发行费用后主要用于定制家居生产基地建设项目（一期）、总部大楼、研发中心及信息化建设项目、品牌推广及营销展示中心建设项目、补充流动资金。虽然公司的募集资金投资项目经过全面、谨慎的论证，但可能面临宏观经济形势和政策环境变化、市场容量变化、产品价格变动、开发的新产品未能获得市场认可等不确定因素，导致项目未能达到预期实施效果，从而给公司的生产经营和未来发展带来一定的风险。

（二）募集资金投资项目新增固定资产折旧影响公司经营业绩的风险

本次募集资金投资项目涉及较大的资本性支出，新增的固定资产主要为房屋建筑物和设备。由于总部大楼、研发中心及信息化建设项目、品牌推广及营销展示中心建设项目不能直接带来经济效益，而定制家居生产基地建设项目（一期）实现经济效益仍需要一定的时间，因此新增的折旧将在一定程度上影响公司的净利润和净资产收益率，短期内对公司的整体盈利能力形成一定负面影响。此外，若募集资金项目投产后未能产生预期收益，则新增固定资产折旧将侵蚀公司利润，对公司未来经营成果造成不利影响。

第四节 发行人基本情况

一、 发行人基本信息

公司全称	广东玫瑰岛家居股份有限公司
英文全称	Guangdong Rosery Home Furnishings Co., Ltd.
证券代码	873024
证券简称	玫瑰岛
统一社会信用代码	914420007946192698
注册资本	6,028.00 万元
法定代表人	肖杉
成立日期	2006 年 10 月 8 日
办公地址	广东省中山市港口镇木河迳工业区新胜六街 2 号
注册地址	广东省中山市港口镇木河迳工业区新胜六街 2 号
邮政编码	528447
电话号码	0760-88414444
传真号码	0760-88438492
电子信箱	invest@rosery.cn
公司网址	https://www.rosery.cn
负责信息披露和投资者关系的部门	董事会办公室
董事会秘书或者信息披露事务负责人	李龙
投资者联系电话	0760-88414444
经营范围	一般项目：家居用品制造；家居用品销售；家具制造；家具销售；家具安装和维修服务；卫生洁具制造；卫生洁具销售；卫生洁具研发；卫生陶瓷制品制造；卫生陶瓷制品销售；五金产品制造；五金产品零售；五金产品研发；五金产品批发；门窗制造加工；门窗销售；货物进出口；技术进出口。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）【上述经营范围涉及：货物或技术进出口（国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外）。】
主营业务	公司主要从事淋浴房、浴室柜、智能马桶、花洒等全卫定制产品及全景门、生态门、玻璃金属柜类等定制家居产品的研发、设计、生产及销售。
主要产品与服务项目	公司主要产品为淋浴房、浴室柜等卫浴产品及全景门等定制家居产品。

二、 发行人挂牌期间的基本情况

（一） 挂牌时间

2024 年 10 月 31 日

（二） 挂牌地点

公司股票在全国中小企业股份转让系统公开转让并挂牌，截至本招股说明书签署日，公司所属层级为创新层。

（三） 挂牌期间受到处罚的情况

自挂牌之日起至本招股说明书签署日，公司严格按照相关法律法规及公司章程的规定开展经营，不存在受到处罚的情况。

（四） 终止挂牌情况

☐适用 ☒不适用

（五） 主办券商及其变动情况

公司主办券商为国投证券。自挂牌之日起至本招股说明书签署日，公司未发生过主办券商变更的情况。

（六） 报告期内年报审计机构及其变动情况

公司年报审计机构为天健会计师事务所（特殊普通合伙），公司报告期内未发生过年报审计机构变更的情况。

（七） 股票交易方式及其变更情况

公司股票交易方式为集合竞价交易，自公司股票在全国股转系统公开转让起至本招股说明书签署日，公司的股票交易方式未发生变更。

（八） 报告期内发行融资情况

自公司股票在全国股转系统公开转让之日起至本招股说明书签署日，公司未进行股票发行融资。

（九） 报告期内重大资产重组情况

报告期内，公司未进行重大资产重组。

（十） 报告期内控制权变动情况

报告期内，公司控制权未发生变动。

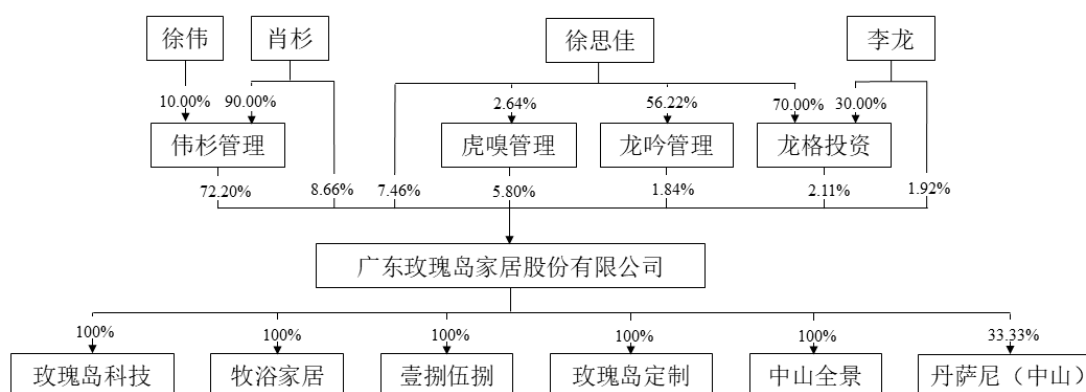
（十一） 报告期内股利分配情况

报告期内，公司进行过一次股利分配，具体情况如下：

2023年3月26日，公司召开股东会，同意依据截至2022年12月31日的未分配利润情况实施利润分配，利润分配金额为8,000.00万元。截至2022年12月31日，公司合并报表未分配利润为30,904.91万元，母公司未分配利润为21,022.82万元，本次股利分配不存在超额分配利润的情况，审议程序符合《公司法》等相关法律法规规定。

三、 发行人的股权结构

截至本招股说明书签署日，公司股权结构如下：



四、 发行人股东及实际控制人情况

（一） 控股股东、实际控制人情况

1、控股股东

截至本招股说明书签署日，公司第一大股东伟杉管理直接持有公司4,351.99万股，直接持股比例为72.20%，为公司的控股股东。

公司控股股东基本情况如下：

公司名称	中山市伟杉企业管理有限公司
统一社会信用代码	914420003039006710
成立时间	2014年4月18日
注册资本	3,000.00万元
实收资本	3,000.00万元

注册地	中山市港口镇世纪东路2号时代港汇广场2幢1613房	
主要生产经营地	中山市港口镇世纪东路2号时代港汇广场2幢1613房	
股东构成	肖杉持有 90.00%；徐伟持有 10.00%	
主营业务及其与发行人主营业务的关系	除投资控股玫瑰岛外，未实际经营其他业务	
最近一年主要财务数据（未经审计）	项目	2024 年 12 月 31 日/2024 年度
	总资产	8,990.94 万元
	净资产	8,990.94 万元
	净利润	5.53 万元

2、实际控制人

肖杉直接持有公司股份比例为 8.66%，伟杉管理直接持有公司股份比例为 72.20%，肖杉、徐伟分别持有伟杉管理 90.00%、10.00%的股权。因此，徐伟、肖杉直接或间接控制股东会表决权比例合计为 80.86%。徐伟、肖杉二人为夫妻关系，二人均为公司创始人，徐伟现任公司董事长，肖杉现任公司总经理。

徐思佳直接持有公司股份比例为 7.46%。龙吟管理直接持有公司股份比例为 1.84%，徐思佳系该合伙企业的执行事务合伙人。龙格投资持有公司 2.11%的股份，徐思佳持有龙格投资 70.00%的股权。因此，徐思佳直接或间接控制股东会表决权比例合计为 11.41%。徐思佳系徐伟、肖杉的女儿，徐思佳现任公司董事、副总经理。

综上，徐伟、肖杉、徐思佳共同控制股东会表决权比例合计为 92.27%，为公司共同实际控制人。

公司实际控制人简历情况如下：

徐伟，男，1966 年 10 月出生，中国国籍，拥有美国居留权，国防科技大学本科学历，身份证号码为 430105196610****，现任公司董事长。1998 年 9 月至 2002 年 10 月，任中山市港口镇丽莎建材厂经理；2002 年 10 月至 2006 年 10 月，任中山市港口镇丽莎洁具厂经理；2006 年 10 月至 2023 年 11 月，任广东玫瑰岛卫浴有限公司总经理；2017 年 12 月至今，任广东玫瑰岛卫浴科技有限公司总经理；2018 年 8 月至今，任丹萨尼卫浴（中山）有限公司董事长；2023 年 11 月至今，任广东玫瑰岛家居股份有限公司董事长。现同时兼任中山中科新港创业投资有限公司、中山市伟杉企业管理有限公司监事。

肖杉，女，1968 年 4 月出生，中国国籍，拥有美国居留权，北京科技大学本科学历，身份证号码为 110108196804****，现任公司总经理。1998 年 9 月至 2002 年 10 月，为中山市港口镇丽莎建材厂厂长；2002 年 10 月至 2006 年 10 月，为中山市港口镇丽莎洁具厂厂长；2006 年 10 月至 2023 年 11 月，任广东玫瑰岛卫浴有限公司执行董事；2017 年 12 月至今，任广东玫瑰岛卫浴科技有限公司执行董事；2021 年 3 月至今，任深圳牧浴家居有限公司监事；2023 年 6 月至今，任广东壹捌伍捌家居有限公司监事；2023 年 11 月至今，任广东玫瑰岛家居股份有限公司总经理；2024 年 11 月至今，任丹萨尼卫浴（中山）有限公司董事。现同时兼任中山市伟杉企业管理有限公司执行董事。

徐思佳，女，1993 年 10 月出生，中国国籍，拥有美国居留权，英国伦敦政治经济学院硕士研究生学历，身份证号码为 442000199310****，现任公司董事、副总经理。2017 年 12 月至 2019 年 6 月，任 NEU (NEU) DESIGN & CULTURE COMPANY LIMITED 联合创始人；2019 年 7 月至 2021 年 12 月，任广东玫瑰岛卫浴有限公司国际事业部总经理；2022 年 1 月至 2023 年 11 月，任广东玫瑰岛卫浴有限公司副总经理；2021 年 3 月至今，任深圳牧浴家居有限公司执行董事、总经理；2023 年 6 月至今，任广东壹捌伍捌家居有限公司执行董事、总经理；2023 年 11 月至今，任北京玫瑰岛定制家居有限公司执行董事、总经理；2023 年 11 月至今，任广东玫瑰岛家居股份有限公司副总经理、董事。现同时兼任深圳龙格投资管理有限公司、天杉置业（广东）有限公司执行董事，中山市龙吟企业管理中心（有限合伙）执行事务合伙人。

报告期内，公司控股股东、实际控制人未发生变动。

（二） 持有发行人 5%以上股份的其他主要股东

截至本招股说明书签署日，除控股股东、实际控制人以外，其他持有发行人 5%以上股份的股东为虎嗅管理，其持有发行人股份比例为 5.80%。

虎嗅管理基本情况如下：

名称	中山市虎嗅企业管理中心（有限合伙）
成立时间	2022 年 12 月 2 日
类型	有限合伙
统一社会信用代码	91442000MAC3FX2D2H
执行事务合伙人	曹松华
住所	中山市港口镇世纪东路 2 号时代港汇广场 2 幢 1614 房
经营范围	一般项目：企业管理；企业管理咨询；以自有资金从事投资活动。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

虎嗅管理的出资构成如下：

序号	股东（出资人）	认缴资本（元）	实缴资本（元）	持股（出资）比例
1	曹松华	3,000,000.00	3,000,000.00	15.55%
2	肖雪莲	3,000,000.00	3,000,000.00	15.55%
3	左洪	1,800,000.00	1,800,000.00	9.33%
4	李多培	1,800,000.00	1,800,000.00	9.33%
5	况磊	900,000.00	900,000.00	4.66%
6	刘称林	900,000.00	900,000.00	4.66%
7	陈燕兰	900,000.00	900,000.00	4.66%
8	周盛洪	600,000.00	600,000.00	3.11%
9	曾桦	600,000.00	600,000.00	3.11%

10	徐思佳	508,500.00	508,500.00	2.64%
11	陈淮	450,000.00	450,000.00	2.33%
12	周智鹏	450,000.00	450,000.00	2.33%
13	张正粮	360,000.00	360,000.00	1.87%
14	李天波	360,000.00	360,000.00	1.87%
15	罗庆国	300,000.00	300,000.00	1.55%
16	郑立伟	300,000.00	300,000.00	1.55%
17	管高军	300,000.00	300,000.00	1.55%
18	罗文锋	300,000.00	300,000.00	1.55%
19	李云	300,000.00	300,000.00	1.55%
20	杨帆	300,000.00	300,000.00	1.55%
21	徐寿强	262,500.00	262,500.00	1.36%
22	许少敏	240,000.00	240,000.00	1.24%
23	杨海燕	210,000.00	210,000.00	1.09%
24	林艺生	157,500.00	157,500.00	0.82%
25	曾庆发	157,500.00	157,500.00	0.82%
26	孙律兵	150,000.00	150,000.00	0.78%
27	唐志喜	150,000.00	150,000.00	0.78%
28	曾振国	120,000.00	120,000.00	0.62%
29	江嘉龄	90,000.00	90,000.00	0.47%
30	梁瑞娴	90,000.00	90,000.00	0.47%
31	曾才根	90,000.00	90,000.00	0.47%
32	彭见明	90,000.00	90,000.00	0.47%
33	杨伟超	60,000.00	60,000.00	0.31%
合计	-	19,296,000.00	19,296,000.00	100.00%

(三) 发行人的股份存在涉诉、质押、冻结或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署日，发行人股份不存在涉诉、质押、冻结或其他有争议的情况。

(四) 控股股东、实际控制人所控制的其他企业情况

截至本招股说明书签署日，除发行人及发行人子公司外，发行人控股股东、实际控制人控制的

其他企业情况如下：

序号	公司名称	主营业务	控股股东、实际控制人的持股情况	是否构成同业竞争
1	中山市伟杉企业管理有限公司	除投资控股玫瑰岛外，无实际经营业务	肖杉持股 90.00%、徐伟持股 10.00%	否
2	中山市龙吟企业管理中心（有限合伙）	员工持股平台，无实际经营业务	徐思佳持股 56.22%	否
3	深圳龙格投资管理有限公司	除投资玫瑰岛外，无实际经营业务	徐思佳持股 70.00%	否
4	天杉置业（广东）有限公司	无实际经营业务	徐思佳持股 100.00%	否
5	北京开源一亩文化有限公司	无实际经营业务	徐思佳持股 90.00%、肖杉持股 10.00%	否
6	北京地长一亩文化有限公司	无实际经营业务	徐思佳持股 90.00%、肖杉持股 10.00%	否
7	北京辟流一亩科技有限公司	无实际经营业务，仅有少量房租收入	徐思佳持股 90.00%、肖杉持股 10.00%	否
8	北京玫瑰岛卫浴有限公司	现无实际经营业务，报告期内曾从事淋浴房销售业务	肖杉持股 100.00%	是

五、 发行人股本情况

（一） 本次发行前后的股本结构情况

本次发行前，公司总股数为 60,280,000 股，本次发行上市预计公开发行不超过 20,100,000 股（含本数，不包含采用超额配售选择权发行的股票数量在内）。本次发行完成后，公司总股数预计不超过 80,380,000 股（含本数）。根据股权登记日为 2025 年 6 月 3 日的发行人《前 200 名全体排名证券持有人名册》，预计本次发行完成前后公司的股本结构如下：

序号	股东名称/姓名	本次发行前股权结构		本次发行后股权结构	
		持股数量（股）	持股比例（%）	持股数量（股）	持股比例（%）
1	伟杉管理	43,519,860	72.20	43,519,860	54.14
2	肖杉	5,222,400	8.66	5,222,400	6.50
3	徐思佳	4,499,580	7.46	4,499,580	5.60
4	虎嗅管理	3,499,020	5.80	3,499,020	4.35
5	龙格投资	1,269,240	2.11	1,269,240	1.58
6	李龙	1,158,000	1.92	1,158,000	1.44
7	龙吟管理	1,111,900	1.84	1,111,900	1.38
8	本次发行股份	-	-	20,100,000	25.01
合计		60,280,000	100.00	80,380,000	100.00

（二） 本次发行前公司前十名股东情况

序号	股东姓名/名称	担任职务	持股数量（万股）	限售数量（万股）	股权比例（%）
1	伟杉管理	-	4,351.99	4,351.99	72.20
2	肖杉	总经理	522.24	522.24	8.66
3	徐思佳	董事、副总经理	449.96	449.96	7.46
4	虎嗅管理	-	349.90	349.90	5.80
5	龙格投资	-	126.92	126.92	2.11
6	李龙	副总经理、 董事会秘书	115.80	115.80	1.92
7	龙吟管理	-	111.19	111.19	1.84
合计		-	6,028.00	6,028.00	100.00

（三） 主要股东间关联关系的具体情况

序号	关联方股东名称	关联关系描述
1	伟杉管理、肖杉、徐思佳、虎嗅管理、龙格投资、李龙、龙吟管理	肖杉、徐伟夫妻分别持有伟杉管理 90.00%、10.00%的股权。徐思佳系肖杉和徐伟的女儿，李龙、徐思佳二人为夫妻关系。徐思佳持有龙吟管理 56.22%的财产份额，并担任该合伙企业的执行事务合伙人。徐思佳、李龙分别持有龙格投资 70.00%、30.00%的股权。徐思佳持有虎嗅管理 2.64%的财产份额，并曾担任该合伙企业执行事务合伙人（已于 2025 年 3 月 3 日辞去执行事务合伙人职务）。

（四） 其他披露事项

报告期内，公司不存在其他披露事项。

六、 股权激励等可能导致发行人股权结构变化的事项

报告期初至招股说明书签署日，公司共实施了四次股权激励，具体情况如下：

1、股权激励的基本情况

报告期内，公司为了增强玫瑰岛员工凝聚力，公司结合员工对公司的贡献及工作表现，经公司管理层协商后并经公司股东会审议通过，公司通过虎嗅管理、龙吟管理、龙格投资对员工实施了四次股权激励。虎嗅管理、龙吟管理的合伙人及龙格投资的股东均为公司员工，不存在其他外部人员。

2、股权激励审议程序及实施情况

（1）第一次股权激励审议程序及实施情况

2022 年 12 月 1 日，经公司股东会决议，同意通过股权激励计划方案，决定对 37 名员工通过间接持股方式实施股权激励，共授予玫瑰岛股权对应新增注册资本 321.6 万元，价格为每注册资本 6.00

元。

2022 年 12 月 19 日，经公司股东会决议，同意公司注册资本由人民币 5,000.00 万元变更为 5,321.60 万元，新增注册资本 321.60 万元全部由员工持股平台中山市虎嗅企业管理中心（有限合伙）以货币方式认缴，本次增资价格为每注册资本 6.00 元。

通过中山市虎嗅企业管理中心（有限合伙）初次授予的 37 名员工及本次授予所对应虎嗅管理份额情况如下：

序号	合伙人	出资额 (万元)	份额占比 (%)	序号	合伙人	出资额 (万元)	份额占比 (%)
1	曹松华	300.00	15.55	20	杨帆	30.00	1.55
2	肖雪莲	300.00	15.55	21	游军	30.00	1.55
3	左洪	180.00	9.33	22	杨海燕	21.00	1.09
4	李多培	180.00	9.33	23	许少敏	18.00	0.93
5	况磊	90.00	4.66	24	徐寿强	15.00	0.78
6	刘称林	90.00	4.66	25	孙律兵	15.00	0.78
7	陈燕兰	90.00	4.66	26	唐志喜	15.00	0.78
8	周盛洪	60.00	3.11	27	曾振国	12.00	0.62
9	曾桦	60.00	3.11	28	黄世动	12.00	0.62
10	陈淮	45.00	2.33	29	林艺生	9.00	0.47
11	周智鹏	45.00	2.33	30	曾庆发	9.00	0.47
12	张正粮	36.00	1.87	31	江嘉龄	9.00	0.47
13	李天波	36.00	1.87	32	梁瑞娴	9.00	0.47
14	罗庆国	30.00	1.55	33	曾才根	9.00	0.47
15	郑立伟	30.00	1.55	34	彭见明	9.00	0.47
16	刘保国	30.00	1.55	35	胡兆红	9.00	0.47
17	管高军	30.00	1.55	36	杨伟超	6.00	0.31
18	罗文锋	30.00	1.55	37	徐思佳	0.60	0.03
19	李云	30.00	1.55	合计		1,929.60	100.00

自股权激励实施至本招股说明书签署日，中山市虎嗅企业管理中心（有限合伙）合伙人变动情况如下：

序号	日期	转让方	受让方	变动原因
1	2023 年 2 月	游军	徐思佳	游军离职
2	2023 年 9 月	胡兆红	徐思佳	胡兆红离职
3	2023 年 12 月	徐思佳	许少敏、林艺生、曾庆发、徐寿强	徐思佳将其受让的离职员工的部分份额激励给平台内的其他员工
4	2025 年 6 月	刘保国、黄世动	徐思佳	刘保国、黄世动离职

（2）第二次股权激励审议程序及实施情况

2023年5月5日,经公司股东会决议,同意通过股权激励计划方案,决定对徐思佳、李龙2名员工通过间接持股方式实施股权激励,共授予玫瑰岛股权对应新增注册资本116.66万元,价格为每注册资本6.00元。

2023年5月25日,经公司股东会决议,同意公司注册资本由人民币5,321.60万元变更为5,438.26万元,新增注册资本116.66万元全部由公司董事及高级管理人员李龙、徐思佳的持股平台深圳龙格投资管理有限公司以700.00万元的价格认缴,其中583.34万元计入资本公积。本次增资价格为每注册资本6.00元。

通过深圳龙格投资管理有限公司授予的2名员工及本次授予对应持有龙格投资股权比例情况如下:

序号	股东姓名	出资额(万元)	股权占比(%)
1	徐思佳	350.00	70.00
2	李龙	150.00	30.00
合计		500.00	100.00

股权激励实施至本招股说明书签署日,龙格投资未发生股权变动。

(3) 第三次股权激励审议程序及实施情况

2023年5月6日,经公司股东会决议,同意通过股权激励计划方案,决定对15名员工通过间接持股方式实施股权激励,共授予玫瑰岛股权对应新增注册资本76.46万元,价格为每注册资本7.52元。

2023年5月26日,经公司股东会决议,同意公司注册资本由人民币5,438.26万元增加至5,514.72万元,新增注册资本76.46万元全部由员工持股平台中山市龙吟企业管理中心(有限合伙)以人民币575.00万元的价格认缴,其中498.54万元计入资本公积。本次增资价格为每注册资本7.52元。

本次通过中山市龙吟企业管理中心(有限合伙)授予的15名员工及授予时持有龙吟管理合伙份额情况如下:

序号	合伙人	出资额(万元)	份额占比(%)	序号	合伙人	出资额(万元)	份额占比(%)
1	徐思佳	200.00	34.78	9	董贤标	30.00	5.22
2	黄磊	60.00	10.43	10	刘水军	20.00	3.48
3	张云华	40.00	6.96	11	梁嘉辉	15.00	2.61
4	陈珍元	30.00	5.22	12	申友昌	15.00	2.61
5	肖雨刚	30.00	5.22	13	张慈云	15.00	2.61
6	朱敏	30.00	5.22	14	陈玉萍	15.00	2.61
7	周盛艳	30.00	5.22	15	陈姣	15.00	2.61
8	彭碗玲	30.00	5.22	合计		575.00	100.00

自第三次股权激励实施至第四次股权激励实施期间，龙吟管理合伙人变动情况如下：

序号	日期	转让方	受让方	变动原因
1	2023 年 11 月	董贤标	徐思佳	董贤标离职
2	2024 年 4 月	刘水军	徐思佳	刘水军离职

（4）第四次股权激励审议程序及实施情况

2024 年 4 月 26 日，经公司 2023 年年度股东大会决议，决定对 5 名员工通过间接持股方式实施股权激励，同意公司注册资本由人民币 6,000.00 万元增加至 6,028.00 万元，新增注册资本 28.00 万元全部由原股东龙吟管理以人民币 210.00 万元的价格认缴，其中 182.00 万元计入资本公积。玫瑰岛本次增资价格为每股 7.50 元。本次增资每股价格比第三次股权激励增资价格低，主要原因是第三次股权激励后公司在股份制改造时用资本公积等转增了股本。

本次通过中山市龙吟企业管理中心（有限合伙）授予的 5 名员工及本次授予对应的龙吟管理合伙份额情况如下：

序号	合伙人	出资额 (万元)	份额占比 (%)	序号	合伙人	出资额 (万元)	份额占比 (%)
1	徐思佳	138.24	17.99	4	费文勇	13.82	1.80
2	郭如振	18.43	2.40	5	锁新博	9.22	1.20
3	周坤	13.82	1.80	合计		193.53	25.18

自第四次股权激励实施至本招股说明书签署日，龙吟管理合伙人变动情况如下：

序号	日期	转让方	受让方	变动原因
1	2025 年 2 月	周坤	徐思佳	周坤离职
2	2025 年 5 月	朱敏	徐思佳	朱敏离职

3、对公司经营状况、财务状况、控制权变化等方面的影响

公司实施上述股权激励可以让员工分享公司发展的成果，有利于增强员工凝聚力，有利于公司经营发展。

公司已就上述股权激励情况进行了股份支付处理，对公司财务状况不存在重大不利影响。

公司实施上述股权激励不存在导致公司控制权变化的情况，不存在影响公司控制权稳定的情况。

七、发行人的分公司、控股子公司、参股公司情况

（一）控股子公司情况

√适用 □不适用

1. 广东玫瑰岛卫浴科技有限公司

子公司名称	广东玫瑰岛卫浴科技有限公司
成立时间	2017 年 12 月 20 日
注册资本	10,000.00 万元
实收资本	10,000.00 万元
注册地	台山市三合镇那金工业园 8 号
主要生产经营地	台山市三合镇那金工业园 8 号
主要产品或服务	卫浴产品及全景门的生产、研发、销售
主营业务及其与发行人主营业务的关系	卫浴产品及全景门的生产、研发、销售；属于发行人主营业务
股东构成及控制情况	发行人持股 100.00%
最近一年及一期末总资产	2024 年末：34,383.27 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年末：28,732.87 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度：4,892.57 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）

2. 广东壹捌伍捌家居有限公司

子公司名称	广东壹捌伍捌家居有限公司
成立时间	2023 年 6 月 10 日
注册资本	500.00 万元
实收资本	100.00 万元
注册地	广州市南沙区中景四街 3 号、4 号 114 商铺二楼 250
主要生产经营地	广州市南沙区中景四街 3 号、4 号 114 商铺二楼 250
主要产品或服务	卫浴产品及全景门的销售
主营业务及其与发行人主营业务的关系	卫浴产品及全景门的销售；属于发行人主营业务
股东构成及控制情况	发行人持股 100.00%
最近一年及一期末总资产	2024 年末：97.18 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年末：93.53 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度：-5.66 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）

3. 深圳牧浴家居有限公司

子公司名称	深圳牧浴家居有限公司
成立时间	2021 年 3 月 3 日
注册资本	200.00 万元
实收资本	200.00 万元
注册地	深圳市前海深港合作区前湾一路 1 号 A 栋 201 室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司）
主要生产经营地	深圳市前海深港合作区前湾一路 1 号 A 栋 201 室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司）
主要产品或服务	卫浴产品及全景门的销售
主营业务及其与发行人主营业务的关系	卫浴产品及全景门的销售；属于发行人主营业务

股东构成及控制情况	发行人持股 100.00%
最近一年及一期末总资产	2024 年末：194.02 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年末：194.02 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度：-0.96 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）

4. 北京玫瑰岛定制家居有限公司

子公司名称	北京玫瑰岛定制家居有限公司
成立时间	2023 年 11 月 20 日
注册资本	100.00 万元
实收资本	100.00 万元
注册地	北京市门头沟区龙兴南二路 5 号院 2 号楼 5 层 502
主要生产经营地	北京市门头沟区龙兴南二路 5 号院 2 号楼 5 层 502
主要产品或服务	卫浴产品及全景门的销售
主营业务及其与发行人主营业务的关系	卫浴产品及全景门的销售；属于发行人主营业务
股东构成及控制情况	发行人持股 100.00%
最近一年及一期末总资产	2024 年末：845.36 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年末：-641.62 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度：-745.72 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）

5. 中山市全景智能家居有限公司

子公司名称	中山市全景智能家居有限公司
成立时间	2025 年 3 月 25 日
注册资本	200 万元
实收资本	200 万元
注册地	中山市港口镇新胜六街 2 号办公大楼 5 楼
主要生产经营地	中山市港口镇新胜六街 2 号办公大楼 5 楼
主要产品或服务	卫浴产品及全景门的销售、安装
主营业务及其与发行人主营业务的关系	卫浴产品及全景门的销售、安装；属于发行人主营业务
股东构成及控制情况	发行人持股 100.00%
最近一年及一期末总资产	不适用
最近一年及一期末净资产	不适用
最近一年及一期净利润	不适用
是否经过审计	否
审计机构名称	不适用

（二） 参股公司情况

√适用 □不适用

1. 丹萨尼卫浴（中山）有限公司

公司名称	丹萨尼卫浴（中山）有限公司
成立时间	2018年8月3日
注册资本	1,200.00 万元
实收资本	930.93 万元
注册地	中山市港口镇胜隆社区木河迳工业区新胜六街2号办公大楼4楼
主要生产经营地	中山市港口镇胜隆社区木河迳工业区新胜六街2号办公大楼4楼
主要产品或服务	卫浴产品的销售
主营业务及控股方业务情况	卫浴产品的生产、销售
股东构成及控制情况	Dansani Kina Holding A/S 持股 66.67%；发行人持股 33.33%
入股时间	2018年8月3日
最近一年及一期末净资产	2024年末：35.36 万元
最近一年及一期净利润	2024年度：1.20 万元
是否经过审计	否
审计机构名称	不适用

八、董事、监事、高级管理人员情况

（一）董事、监事、高级管理人员的简要情况

1、董事、监事、高级管理人员现任职务及任期

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员现任职务及任期情况如下：

序号	姓名	职务	任期
1	徐伟	董事长	2023年11月20日-2026年11月19日
2	徐思佳	董事、副总经理	2023年11月20日-2026年11月19日
3	李多培	董事	2023年11月20日-2026年11月19日
4	罗进辉	独立董事	2025年4月17日-2026年11月19日
5	罗勇坚	独立董事	2025年4月17日-2026年11月19日
6	陈燕兰	监事会主席	2023年11月20日-2026年11月19日
7	刘称林	监事	2023年11月20日-2026年11月19日
8	唐志喜	职工代表监事	2023年11月20日-2026年11月19日
9	肖杉	总经理	2023年11月20日-2026年11月19日
10	李龙	副总经理、董事会秘书	2023年11月20日-2026年11月19日
11	黄磊	副总经理	2023年11月20日-2026年11月19日
12	李云	财务总监	2023年11月20日-2026年11月19日

2、董事会成员简介

（1）徐伟先生，现任公司董事长，具体情况详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“四、发行人股东及实际控制人情况”之“（一）控股股东、实际控制人情况”之“2、实际控制人”。

（2）徐思佳女士，现任公司副总经理、董事，具体情况详见本招股说明书“第四节 发行人基

本情况”之“四、发行人股东及实际控制人情况”之“（一）控股股东、实际控制人情况”之“2、实际控制人”。

（3）李多培先生，1984年8月出生，中国国籍，无境外居留权，本科学历。近年主要职业经历情况如下：2008年7月至2009年6月任佛山市顺德区美洁卫浴有限公司设计部职员；2009年11月至2023年11月，任广东玫瑰岛卫浴有限公司市场及产品中心总经理；2023年11月至今，任广东玫瑰岛家居股份有限公司市场及产品中心总经理、董事。

（4）罗进辉先生，1983年5月出生，中国国籍，无境外永久居留权，西安交通大学博士研究生学历，具有教授职称。2011年7月至2013年7月任厦门大学管理学院会计系助理教授；2013年8月至2016年5月任厦门大学管理学院会计系副教授；2016年6月至2018年7月任厦门大学管理学院会计系副教授、博士生导师；2021年8月至2023年10月任厦门大学审计处副处长（挂职）；2018年8月至今任厦门大学管理学院会计系教授、博士生导师；2025年4月17日至今，任广东玫瑰岛家居股份有限公司独立董事。现同时兼任圣元环保股份有限公司（300867.SZ）、胜通能源股份有限公司（001331.SH）、厦门美柚股份有限公司、厦门松元电子股份有限公司独立董事。

（5）罗勇坚先生，1977年1月出生，中国国籍，无境外永久居留权，西南政法大学本科学历，具有法律执业资格。1999年7月至2002年8月任重庆市作物研究所职员；2002年9月至2004年7月在西南政法大学就读法学专业；2004年7月至2006年6月任重庆市北碚区供电局职员；2006年6月至2007年7月任上海虹桥正瀚律师事务所律师；2007年8月至2011年8月任上海市广发律师事务所律师；2011年8月至2012年5月任东方证券投资银行业务总监；2012年6月至2014年5月任东方花旗投资银行业务总监；2014年5月至2015年12月任上海市广发律师事务所合伙人；2015年12月至2021年6月任上海广发（杭州）律师事务所合伙人；2021年7月至今任厦门抱朴石私募基金管理有限公司总经理、董事；2025年4月17日至今，任广东玫瑰岛家居股份有限公司独立董事。现同时兼任上海六和岛信息科技有限公司董事，苏州淞盈创联投资有限公司监事，厦门岭岚海投资合伙企业（有限合伙）执行事务合伙人。

3、监事会成员简介

（1）陈燕兰女士，1981年10月出生，中国国籍，无境外居留权，大专学历。近年主要职业经历情况如下：2001年7月至2003年9月，海南省省政府外事侨务办职员；2003年9月至2005年7月，历任中山市联艺灯饰有限公司采购部成本员、销售部客户经理；2005年8月至2008年6月，任中山威斯丹弗实业有限公司销售部客户经理；2008年8月至2011年12月，任中山市先风管理咨询服务有限公司大客户项目经营部部门总经理；2012年1月至2013年1月，任上海瀛智展示用品有限公司大客户项目经营部部门总经理；2013年3月至2018年3月，任中山市古镇默可照明电器厂大客户部大客户总经理；2018年3月至2023年11月，任广东玫瑰岛卫浴有限公司大宗业务中心总经理；2023年11月至今，任广东玫瑰岛家居股份有限公司大宗业务部总经理、监事会主席。

(2) 刘称林先生，1985 年 7 月出生，中国国籍，无境外居留权，大专学历。近年主要职业经历情况如下：2007 年 9 月至 2007 年 11 月，历任东莞明辉电器有限公司开发部技术员、工程师；2007 年 12 月至 2008 年 3 月，待业；2008 年 3 月至 2010 年 9 月，任中山市山田卫浴有限公司开发部开发经理；2010 年 10 月至 2012 年 2 月，待业；2012 年 2 月至 2023 年 11 月，任广东玫瑰岛卫浴有限公司国际研发制造中心总监。2023 年 11 月至今，任广东玫瑰岛家居股份有限公司国际研发制造中心总监、监事。

(3) 唐志喜先生，1975 年 2 月出生，中国国籍，无境外居留权，中专学历。近年主要职业经历情况如下：1998 年 6 月至 2002 年 10 月，任中山市港口镇丽莎建材厂的复合材料厂普工；2002 年 10 月至 2006 年 10 月，任中山市港口镇丽莎洁具厂的复合材料厂模具技工；2006 年 10 月至 2023 年 11 月，历任广东玫瑰岛卫浴有限公司复合材料制造车间组长、生产主管、生产经理；2023 年 11 月至今，任广东玫瑰岛家居股份有限公司复合材料制造生产经理、职工代表监事。

4、高级管理人员简介

(1) 肖杉女士，现任公司总经理，具体情况详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“四、发行人股东及实际控制人情况”之“（一）控股股东、实际控制人情况”之“2、实际控制人”。

(2) 李龙先生，1988 年 2 月出生，中国国籍，无境外居留权，上海交通大学硕士研究生学历，长江商学院 EMBA。近年主要职业经历情况如下：2012 年 4 月至 2014 年 1 月，任国银金融租赁股份有限公司项目经理；2014 年 1 月至 2021 年 8 月，任职于安信证券股份有限公司投资银行部门；2021 年 8 月至 2023 年 11 月，任广东玫瑰岛卫浴有限公司副总经理；2023 年 11 月至 2025 年 4 月，任广东玫瑰岛家居股份有限公司副总经理、董事、董事会秘书；2025 年 4 月至今，任广东玫瑰岛家居股份有限公司副总经理、董事会秘书。现同时兼任深圳龙格投资管理有限公司监事。

(3) 黄磊先生，1975 年 9 月出生，中国国籍，无境外居留权，江南大学本科学历。近年主要职业经历情况如下：2005 年 3 月至 2005 年 8 月，任广州鼎捷软件有限公司售前部系统规划师；2005 年 8 月至 2009 年 4 月，任东莞永捷塑胶制品有限公司 IT 经理；2009 年 6 月至 2010 年 2 月，任东莞同升计算机技术有限公司实施部实施顾问；2010 年 2 月至 2015 年 2 月，任电讯盈科信息技术（广州）有限公司售前咨询；2015 年 4 月至 2017 年 6 月，任索菲亚家居股份有限公司 IT 总监；2017 年 10 月至 2018 年 12 月，任广州诺贝尼家居有限公司首席信息官；2019 年 1 月至 2023 年 2 月，任广东亚恒科技有限公司技术负责人；2023 年 2 月至 2023 年 11 月，任广东玫瑰岛卫浴有限公司信息中心总经理；2023 年 11 月至今，任广东玫瑰岛家居股份有限公司信息中心总经理、副总经理。

(4) 李云女士，1987 年 6 月出生，中国国籍，无境外居留权，中山大学本科毕业，中国注册会计师。近年主要职业经历情况如下：2010 年 8 月至 2017 年 12 月，任立信会计师事务所（特殊普通合伙）审计部经理；2017 年 12 月至 2021 年 3 月，任深圳市碧桂园创新投资有限公司投资部副总

裁：2021年3月至2021年7月，任深圳智微电子科技有限公司财务部财务经理；2021年8月至2023年11月，任广东玫瑰岛卫浴有限公司财务总监；2023年11月至今，任广东玫瑰岛家居股份有限公司财务总监。

（二） 直接或间接持有发行人股份的情况

姓名	职位	关系	直接持股数量（股）	间接持股数量（股）	无限售股数量（股）	其中被质押或冻结股数
徐伟	董事长	-	0	4,351,986	0	0
徐思佳	董事、副总经理	-	4,499,580	1,605,776	0	0
李多培	董事	-	0	326,401	0	0
陈燕兰	监事会主席	-	0	163,201	0	0
刘称林	监事	-	0	163,201	0	0
唐志喜	职工代表监事	-	0	27,200	0	0
肖杉	总经理	-	5,222,400	39,167,874	0	0
李龙	副总经理、董事会秘书	-	1,538,772	380,772	0	0
黄磊	副总经理	-	0	86,807	0	0
李云	财务总监	-	0	54,400	0	0
肖雪莲	-	肖杉的妹妹	0	544,002	0	0
左洪	-	肖杉的妹夫	0	326,401	0	0
周盛艳	-	肖杉的弟媳	0	43,403	0	0

（三） 对外投资情况

姓名	在发行人处职务	对外投资单位名称	投资金额	投资比例
徐伟	董事长	深圳市万晟达股权投资合伙企业（有限合伙）	1,650.00 万元	33.00%
徐伟	董事长	中山中科新港创业投资有限公司	347.70 万元	5.75%
徐伟	董事长	中山市伟杉企业管理有限公司	300.00 万元	10.00%
徐伟	董事长	中山市港汇房地产投资有限公司	17.23 万元	3.50%
肖杉	总经理	中山市伟杉企业管理有限公司	2,700.00 万元	90.00%
肖杉	总经理	嘉兴天裕股权投资管理合伙企业（有限合伙）	500.00 万元	14.29%
肖杉	总经理	北京玫瑰岛卫浴有限公司	100.00 万元	100.00%
肖杉	总经理	北京开源一亩文化有限公司	1.00 万元	10.00%
肖杉	总经理	北京地长一亩文化有限公司	1.00 万元	10.00%
肖杉	总经理	北京辟流一亩科技有限公司	1.00 万元	10.00%
徐思佳	董事、副总经理	中山市虎嗅企业管理中心（有限合伙）	50.85 万元	2.64%
徐思佳	董事、副总经理	中山市龙吟企业管理中心（有限合伙）	432.06 万元	56.22%
徐思佳	董事、副总经理	深圳龙格投资管理有限公司	350.00 万元	70.00%
徐思佳	董事、副总经理	天杉置业（广东）有限公司	1,000.00 万元	100.00%

徐思佳	董事、副总经理	北京开源一亩文化有限公司	9.00 万元	90.00%
徐思佳	董事、副总经理	北京地长一亩文化有限公司	9.00 万元	90.00%
徐思佳	董事、副总经理	北京辟流一亩科技有限公司	9.00 万元	90.00%
徐思佳	董事、副总经理	宁波梅山保税港区燕莎股权投资合伙企业（有限合伙）	10,000.00 万元	99.00%
李多培	董事	中山市虎嗅企业管理中心（有限合伙）	180.00 万元	9.33%
陈燕兰	监事会主席	中山市虎嗅企业管理中心（有限合伙）	90.00 万元	4.66%
刘称林	监事	中山市虎嗅企业管理中心（有限合伙）	90.00 万元	4.66%
唐志喜	监事	中山市虎嗅企业管理中心（有限合伙）	15.00 万元	0.78%
李云	财务总监	中山市虎嗅企业管理中心（有限合伙）	30.00 万元	1.55%
黄磊	副总经理	中山市龙吟企业管理中心（有限合伙）	60.00 万元	7.81%
罗勇坚	独立董事	厦门抱朴石私募基金管理有限公司	510.00 万元	51.00%
罗勇坚	独立董事	上海六和岛信息科技有限公司	70.00 万元	70.00%
罗勇坚	独立董事	苏州淞盈创联投资有限公司	100.00 万元	20.00%
罗勇坚	独立董事	厦门岭岚海投资合伙企业（有限合伙）	1.50 万元	1.00%
罗勇坚	独立董事	上海吉翌咨询策划合伙企业（有限合伙）	4.90 万元	49.00%
罗勇坚	独立董事	北京人鸿企业管理发展中心（有限合伙）	62.50 万元	24.04%
罗勇坚	独立董事	上海微宇奥科技设备中心（有限合伙）	16.00 万元	9.99%
罗勇坚	独立董事	济南鼎量永益投资合伙企业（有限合伙）	100.00 万元	33.33%
罗勇坚	独立董事	苏州量子未来创业投资合伙企业（有限合伙）	100.00 万元	2.67%

截至本招股说明书签署日，董事、监事、高级管理人员的上述对外投资与公司不存在利益冲突的情况。北京玫瑰岛曾在报告期内存在同业竞争情况，截至本招股说明书出具日，该同业竞争问题已解决，具体情况详见本招股说明书之“第六节 公司治理”之“六、同业竞争情况”。

（四） 其他披露事项

1、董事、监事、高级管理人员的兼职情况及兼职单位与发行人的关联关系

除在发行人及其控股子公司、参股子公司任职外，公司董事、监事、高级管理人员的兼职情况及兼职单位与发行人的关联关系情况如下：

序号	姓名	公司职务	兼职单位	兼职职务	兼职单位与公司是否存在关联关系
1	徐伟	董事长	中山中科新港创业投资有限公司	监事	否
			中山市伟杉企业管理有限公司	监事	是
2	肖杉	总经理	中山市伟杉企业管理有限公司	执行董事	是
3	李龙	副总经理、 董事会秘书	深圳龙格投资管理有限公司	监事	是
4	徐思佳	董事、副总 经理	深圳龙格投资管理有限公司	执行董事	是
			天杉置业（广东）有限公司	执行董事	是

			中山市龙吟企业管理中心（有限合伙）	执行事务合伙人	是
5	罗进辉	独立董事	厦门大学	教授、博士生导师	否
			厦门美柚股份有限公司	独立董事	否
			胜通能源股份有限公司	独立董事	否
			圣元环保股份有限公司	独立董事	否
			厦门松元电子股份有限公司	独立董事	否
6	罗勇坚	独立董事	厦门抱朴石私募基金管理有限公司	总经理、董事	是
			上海六和岛信息科技有限公司	董事	是
			苏州淞盈创联投资有限公司	监事	是
			厦门岭岚海投资合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人	是

2、董事、监事、高级管理人员之间的亲属关系

徐伟与肖杉系夫妻关系，徐思佳系徐伟与肖杉的女儿，李龙与徐思佳系夫妻关系。除上述情况外，公司董事、监事、高级管理人员相互之间不存在其他亲属关系。

3、董事、监事、高级管理人员的薪酬组成、确定依据

发行人董事（非独立董事）、监事及高级管理人员的薪酬依据所任职务的岗位基本工资、工作绩效、年终奖金综合确定。独立董事采取固定津贴形式在公司领取报酬，津贴标准为税前每年人民币 10 万元，不在公司领取其他薪酬。

公司董事、监事、高级管理人员在 2022 年度、2023 年度、2024 年度的薪酬总额分别为 421.22 万元、331.57 万元和 659.60 万元，占发行人当期利润总额的比例分别为 3.30%、2.95%和 8.14%。

4、最近 24 个月董事、监事、高级管理人员的变动情况

（1）董事变动

2023 年 1 月 1 日至 2023 年 11 月 19 日，发行人不设董事会，设一名执行董事，执行董事为肖杉。

2023 年 11 月 20 日，发行人召开第一次股东大会，选举徐伟、徐思佳、李龙、曹松华、李多培为董事。同日，第一届董事会第一次会议选举徐伟为董事长。

2025 年 4 月 17 日，发行人召开 2025 年第一次临时股东大会，选举罗进辉、罗勇坚为独立董事，独立董事任期至第一届董事会任期届满之日。同时，李龙、曹松华辞任公司董事。

（2）监事变动

2023 年 1 月 1 日至 2023 年 11 月 19 日，发行人不设监事会，设一名监事，监事为左洪。

2023年11月20日，发行人召开第一次股东大会，选举陈燕兰、刘称林为非职工监事，同日，发行人召开第一届职工代表大会第一次会议，选举唐志喜为职工代表监事。同日，第一届监事会第一次会议选举陈燕兰为监事会主席。

(3) 高级管理人员变动

2023年1月1日至2023年11月19日，发行人总经理为徐伟，财务总监为李云，副总经理为徐思佳、李龙。

2023年11月20日，发行人召开第一届董事会第一次会议，聘任肖杉为总经理，聘任徐思佳、李龙、黄磊为副总经理，聘任李龙为董事会秘书，聘任李云为财务总监。

最近24个月，发行人董事、监事、高级管理人员的变化原因系设立股份公司时完善三会结构以及后续增设独立董事导致，发行人董事、高级管理人员未发生重大不利变化。

九、重要承诺

(一) 与本次公开发行有关的承诺情况

承诺主体	承诺开始日期	承诺结束日期	承诺类型	承诺内容(索引)
控股股东、实际控制人、其他股东、持股的董事、监事、高级管理人员	2025年5月6日	长期有效	关于所持股份锁定及减持意向的承诺	详见本节“九、重要承诺”之“(三)承诺具体内容”之“1、关于所持股份锁定及减持意向的承诺”
发行人、控股股东、实际控制人、董事(非独立董事)、高级管理人员	2025年5月6日	长期有效	稳定公司股价的承诺	详见本节“九、重要承诺”之“(三)承诺具体内容”之“2、稳定公司股价的承诺”
发行人、控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员	2025年5月6日	长期有效	关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺	详见本节“九、重要承诺”之“(三)承诺具体内容”之“3、关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺”
发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员	2025年5月6日	长期有效	利润分配政策的承诺	详见本节“九、重要承诺”之“(三)承诺具体内容”之“4、利润分配政策的承诺”
控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员	2025年5月6日	长期有效	同业竞争承诺	详见本节“九、重要承诺”之“(三)承诺具体内容”之“5、关于避免同业竞争的承诺”
控股股东、实际控制人、董事、	2025年5月6日	长期有效	关于减少和规范关联交易的承诺	详见本节“九、重要承诺”之“(三)承诺具

监事、高级管理人员				体内容”之“6、关于减少和规范关联交易的承诺”
控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员	2025年5月6日	长期有效	资金占用承诺	详见本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“7、关于避免资金占用的承诺”
控股股东、实际控制人、董事长、总经理	2025年5月6日	长期有效	关于重大违法违规行为自愿限售的承诺	详见本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“8、关于重大违法违规行为自愿限售的承诺”
发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员	2025年5月6日	长期有效	关于股份回购及赔偿投资者损失的承诺	详见本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“9、关于股份回购及赔偿投资者损失的承诺”
公司	2025年5月6日	长期有效	关于股东信息披露的专项承诺	详见本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“10、关于股东信息披露的专项承诺”
实际控制人、控股股东、董事、监事、高级管理人员	2025年5月6日	长期有效	关于不存在证券市场违法违规情况的承诺	详见本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“11、关于不存在证券市场违法违规情况的承诺”
实际控制人或控股股东	2025年5月6日	长期有效	土地房产瑕疵的承诺	详见本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“12、土地房产瑕疵的承诺”
控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他股东	2025年5月6日	长期有效	关于未能履行承诺时约束措施的承诺	详见本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“13、关于未能履行承诺时约束措施的承诺”

（二） 前期公开承诺情况

承诺主体	承诺开始日期	承诺结束日期	承诺类型	承诺内容(索引)
控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员	2024年6月3日	长期有效	资金占用承诺	详见本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“14、关于防止资金占用的承诺”
控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员	2024年6月3日	长期有效	规范关联交易的承诺	详见本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“15、规范关联交易的承诺”

实际控制人或控股股东	2024年6月3日	长期有效	同业竞争承诺	详见本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“16、避免同业竞争的承诺”“17、规范同业竞争的承诺”
其他股东	2024年6月3日	2026年1月5日	限售承诺	详见本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“18、虎嗅管理自愿限售承诺”
其他股东	2024年6月3日	2026年5月24日	限售承诺	详见本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“19、龙格投资自愿限售承诺”
其他股东	2024年6月3日	2027年5月8日	限售承诺	详见本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“20、龙吟管理自愿限售承诺”

（三） 承诺具体内容

1、关于所持股份锁定及减持意向的承诺

（1）控股股东、实际控制人及其他股东（伟杉管理、徐伟、肖杉、徐思佳、李龙、龙格投资、虎嗅管理、龙吟管理）承诺如下：

1）自发行人审议上市事项的股东大会股权登记日次日起至完成股票发行并上市之日不减持发行人股票。但发行人本次发行事项终止的，本企业/本人可申请解除限售。

2）自发行人股票上市之日起 12 个月内，本企业/本人不转让或者委托他人管理本企业/本人直接和间接持有的发行人本次发行前的股份（包括由该部分派生的股份，如送红股、资本公积金转增等，下同），也不提议由发行人回购该部分股份。

3）发行人股票上市后 6 个月内，如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价（如因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照北京证券交易所的有关规定作复权处理，减持价格下限和股份数将相应进行调整，下同）；或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则该日后第一个交易日）收盘价低于发行价的，本企业/本人持有的发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。

4）如本企业/本人在上述股份锁定期届满后 2 年内减持本企业/本人持有的发行人股份的，减持价格不低于发行价。本企业/本人作为控股股东、实际控制人及其关联方期间，在锁定期满后减持本次公开发行前已发行股份的，将明确并披露发行人的控制权安排，保证发行人持续稳定经营。

5) 在本企业/本人减持发行人股份时, 本企业/本人将遵守中国证券监督管理委员会、证券交易所有关法律、法规、规范性文件的相关规定, 并真实、准确、完整、及时地履行信息披露义务。

6) 在持股期间, 若股份锁定和减持的法律、法规、规范性文件及证券监管机构的要求发生变化的, 本企业/本人愿意自动适用变更后的法律、法规、规范性文件及证券监管机构的要求。

7) 本企业/本人若未能履行上述承诺事项时, 本企业/本人将通过发行人及时、充分披露承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因。本企业/本人自愿接受社会和监管部门的监督, 及时改正并继续履行有关承诺; 本企业/本人因违反承诺给发行人或投资者造成损失的, 将依法对发行人或投资者进行赔偿; 本企业/本人因违反承诺所产生的收益全部归发行人所有, 发行人有权暂扣本企业/本人应得的现金分红, 同时本企业/本人不得转让直接及间接持有的发行人股份, 直至本企业/本人将违规收益足额缴付发行人为止。

(2) 持股的董事、监事、高级管理人员(徐伟、徐思佳、李多培、陈燕兰、刘称林、唐志喜、肖杉、李龙、黄磊、李云)承诺如下:

1) 自公司审议上市事项的股东大会股权登记日次日起至完成股票发行并上市之日不减持公司股票。但公司本次发行事项终止的, 本人可申请解除限售。

2) 自公司股票上市之日起 12 个月内, 本人不转让或者委托他人管理本人直接和间接持有的公司本次发行前的股份(包括由该部分派生的股份, 如送红股、资本公积金转增等, 下同), 也不提议由公司回购该部分股份。

3) 公司股票上市后 6 个月内, 如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价(如因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的, 须按照北京证券交易所的有关规定作复权处理, 减持价格下限和股份数将相应进行调整, 下同); 或者上市后 6 个月期末(如该日不是交易日, 则该日后第一个交易日)收盘价低于发行价的, 本人持有的公司股票的锁定期自动延长 6 个月。

4) 本人所持公司股票锁定期满后, 在本人担任董事、监事或高级管理人员(如适用)期间, 保证如实并及时申报本人直接持有的公司股份及变动情况, 在就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内每年转让的直接持有的股份不超过本人所持本公司股份总数的 25%; 离职或离任后 6 个月内, 不转让本人持有的公司股份。

5) 如本人在上述股份锁定期届满后 2 年内减持本人持有的发行人股份的, 减持价格不低于发行价。

6) 在本人减持公司股份时, 本人将遵守中国证券监督管理委员会、证券交易所有关法律、法规、规范性文件的相关规定, 并真实、准确、完整、及时地履行信息披露义务。

7) 在持股期间, 若股份锁定和减持的法律、法规、规范性文件及证券监管机构的要求发生变

化的，本人愿意自动适用变更后的法律、法规、规范性文件及证券监管机构的要求。

8) 本人不因董事、高级管理人员职务变更、离职等原因而免于履行上述承诺。

9) 本人若未能履行上述承诺事项时，本人将通过公司及时、充分披露承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因。本人自愿接受社会和监管部门的监督，及时改正并继续履行有关承诺；本人因违反承诺给公司或投资者造成损失的，将依法对公司或投资者进行赔偿；本人因违反承诺所产生的收益全部归公司所有，公司有权暂扣本人应得的现金分红，同时本人不得转让直接及间接持有的公司股份，直至本人将违规收益足额缴付公司为止。

2、稳定公司股价的承诺

(1) 稳定股价预案

1) 启动/终止股价稳定措施的具体条件

①启动股价稳定措施的具体条件

公司北交所上市后三年内，如非不可抗力因素所致，公司股票收盘价格连续 20 个交易日均低于最近一期经审计的每股净资产（每股净资产是指经审计的公司最近一期合并财务报表中归属于母公司普通股股东权益合计数除以该期审计基准日时公司的股份总数；最近一期审计基准日后，因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股份总数出现变化的，每股净资产应相应进行调整）（以下简称“启动条件”），且同时满足监管机构对于增持或回购公司股份等行为的規定，则公司、控股股东、实际控制人、董事（不含独立董事，下同）及高级管理人员应按本预案启动以下稳定股价措施。

自股价稳定预案触发之日起，公司董事会应在 2 个交易日内制订稳定公司股价的具体方案，并在履行完毕相关内部决策程序和外部审批/备案程序（如需）后实施，按照证监会及北京证券交易所信息披露要求予以公告。股价稳定措施实施后，公司的股权分布应当符合北交所上市条件。

② 终止股价稳定措施的具体条件

A) 在启动股价稳定措施时点至股价稳定措施尚未正式实施前或股价稳定措施的实施期间内，如果公司股票连续 5 个交易日的收盘价均高于公司最近一期经审计的每股净资产，则停止实施本阶段股价稳定方案。

B) 继续回购或增持股份将导致公司股权分布不符合北交所上市条件，或者不符合监管机构对于股份回购、增持等相关规定。

C) 各相关主体在连续 12 个月内回购或增持股份的数量或用于购买股份的金额已达到上限。

D) 各相关主体增持公司股份将触发控股股东、实际控制人的要约收购义务。

2) 稳定股价的具体措施

当上述启动股价稳定措施的具体条件达成时，公司将及时按照以下顺序采取措施稳定公司股价。稳定公司股价的具体措施包括：1.公司回购公司股票；2.控股股东、实际控制人增持公司股票；3.董事、高级管理人员增持公司股票。

① 公司回购股票

A) 自公司股票北交所上市交易后三年内触发启动条件，为稳定公司股价，公司应在符合北交所关于公司回购公司股票的相关规定、获得监管机构的批准（如需）、且不应导致公司股权分布不符合北交所上市条件的前提下，向社会公众股东回购股份。

B) 公司董事会对回购股份作出决议，公司董事承诺就该等回购事宜在董事会上投赞成票。公司股东大会对回购股票做出决议，该决议须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过，公司控股股东、实际控制人承诺就该等回购事宜在股东大会上投赞成票。

C) 公司为稳定股价之目的进行股份回购的，除应符合相关法律、法规及规范性文件的规定之外，还应符合下列各项：a) 公司用于回购股份的资金总额累计不超过本次发行新股所募集资金的总额；b) 公司单次回购股份不超过公司总股本的 1%；c) 单一会计年度累计回购股份的数量不超过公司发行后总股本的 2%。

D) 增持股票的价格不高于本次发行价。

E) 公司董事会公告回购股份预案后，公司股票连续 5 个交易日收盘价均超过最近一期经审计的每股净资产，或继续回购股票将导致公司不满足法定北交所上市条件的，公司董事会应作出决议终止回购股份事宜，且在未来 3 个月内不再启动股份回购事宜。

② 控股股东、实际控制人增持公司股票

A) 当公司回购公司股票方案实施完毕之次日起的 20 个交易日内启动条件再次被触发时，为稳定公司股价之目的，控股股东、实际控制人应在符合北交所关于增持公司股票的相关规定、获得监管机构的批准（如需）且不应导致公司股权分布不符合北交所上市条件的前提下，对公司股票进行增持。

B) 公司控股股东、实际控制人承诺：1) 单次用于增持公司股票的资金金额不低于上一会计年度所得公司现金分红金额的 20%；2) 单一会计年度累计用于增持公司股票的资金金额不高于上一会计年度所得公司现金分红金额的 50%。

C) 单次增持公司股份的数量不超过增持时公司总股本的 1%，单一会计年度累计增持公司股份的数量不超过增持时公司总股本的 2%。

D) 增持股票的价格不高于本次发行价。

E) 控股股东、实际控制人增持公司股票在达到以下条件之一的情况下终止：a) 通过增持公司股票，公司股票收盘价已连续 5 个交易日高于公司最近一期经审计的每股净资产；b) 继续增持股票将导致公司不满足法定北交所上市条件；c) 继续增持股票将导致需要履行要约收购义务且其未计划实施要约收购。

③董事、高级管理人员增持公司股票

A) 当控股股东、实际控制人增持公司股票方案实施完毕之次日起的 20 个交易日内启动条件再次被触发时，为稳定公司股价，公司董事、高级管理人员应在符合北交所关于增持公司股票的相关规定、获得监管部门的批准（如需）且不应导致公司股权分布不符合北交所上市条件的前提下，对公司股票进行增持。

B) 有义务增持的董事、高级管理人员承诺：1) 单次用于增持公司股票的资金金额不低于其上一年度从公司领取的税后薪酬总额的 20%；2) 单一会计年度累计用于增持公司股票的资金金额不高于其上一年度从公司领取的税后薪酬总额的 50%。

C) 单次增持公司股份的数量不超过增持时公司总股本的 1%，单一会计年度累计增持公司股份的数量不超过增持时公司总股本的 2%。

D) 增持股票的价格不高于本次发行价。

E) 公司董事、高级管理人员增持公司股票在达到以下条件之一的情况下终止：a) 通过增持公司股票，公司股票收盘价已连续 5 个交易日高于公司最近一期经审计的每股净资产；b) 继续增持股票将导致公司不满足法定北交所上市条件；c) 继续增持股票将导致需要履行要约收购义务且其未计划实施要约收购。

3) 稳定股价措施的启动程序

①公司回购股票的启动程序

A) 公司董事会应在上述公司回购股份启动条件触发之日起的 10 个交易日内作出回购股份的决议；

B) 公司董事会应在作出回购股份决议后的 2 个交易日内公告董事会决议、回购股份预案，并发布召开股东大会的通知；

C) 公司应在股东大会作出决议并在启动回购符合监管机构相应规则之日起开始启动回购，并在 60 个交易日内实施完毕；

D) 公司回购股份方案实施完毕后，应在 2 个交易日内公告公司股份变动报告，回购的股份按照董事会或股东大会决定的方式处理。

②控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员增持股票的启动程序

A) 公司董事会应在控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员增持公司股票条件触发之日起 10 个交易日内发布增持公告；

B) 控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员应在作出增持公告并履行相关法定手续之次日起开始启动增持，并在 30 个交易日内实施完毕。

4) 稳定股价程序的约束措施

在启动股价稳定措施的前提满足时，如上述责任主体未采取上市稳定股价的具体措施，则该等主体承诺接受以下约束措施：

①公司违反预案的约束措施在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如本公司未采取上述稳定股价的具体措施，本公司将在股东大会、中国证券监督管理委员会及北交所指定报刊上公开说明未采取稳定股价措施的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。如非因不可抗力导致，给投资者造成损失的，公司将向投资者依法承担赔偿责任，并按照法律、法规及相关监管机构的要求承担相应的责任；如因不可抗力导致，应尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，并提交股东大会审议，尽可能地保护公司投资者利益。

②公司控股股东、实际控制人违反承诺的约束措施：公司控股股东、实际控制人在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如公司控股股东、实际控制人未按照上述预案采取稳定股价的具体措施，将在股东大会、中国证券监督管理委员会及北交所指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉；如果公司控股股东、实际控制人未履行上述承诺的，将在前述事项发生之日起停止在发行人处领取股东分红，同时公司控股股东、实际控制人持有的发行人股份将不得转让，直至公司控股股东、实际控制人按上述预案的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕时为止。

③有增持义务的公司董事及高级管理人员违反承诺的约束措施

有增持义务的公司董事及高级管理人员承诺，在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如公司董事及高级管理人员未采取上述稳定股价的具体措施，将在股东大会、中国证券监督管理委员会及北交所指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉；如果公司董事及高级管理人员未采取上述稳定股价的具体措施的，则公司董事及高级管理人员将在前述事项发生之日起停止在发行人处领取薪酬或股东分红（如有），同时公司董事及高级管理人员持有的发行人股份（如有）不得转让，直至公司董事及高级管理人员按上述预案内容的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕时为止。

(2) 发行人承诺如下：

自公司向不特定合格投资者公开发行股票并上市之日起三年内，公司将严格遵守执行公司股东大会审议通过的《广东玫瑰岛家居股份有限公司关于向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证

券交易所上市后三年内稳定公司股价预案》，包括按照该预案的规定履行稳定公司股价的义务，并接受未能履行稳定股价的义务时的约束措施。

自公司向不特定合格投资者公开发行股票并上市之日起三年内，若公司新聘任董事（独立董事除外，下同）、高级管理人员的，公司将要求该等新聘任的董事、高级管理人员履行公司上市时董事、高级管理人员已作出的相应承诺。

（3）控股股东、实际控制人、非独立董事、高级管理人员（伟杉管理、徐伟、肖杉、徐思佳、李多培、李龙、黄磊、李云）承诺如下：

自公司向不特定合格投资者公开发行股票并上市之日起三年内，本人/本企业将严格遵守执行公司股东大会审议通过的《广东玫瑰岛家居股份有限公司关于向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年内稳定公司股价预案》，包括按照该预案的规定履行稳定公司股价的义务，并接受未能履行稳定股价的义务时的约束措施。

在符合上述稳定股价预案条件时，本人/本企业将就公司股份回购方案在董事会、股东大会（如涉及）上投赞成票。

3、关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺

（1）填补被摊薄即期回报的措施

1）强化募集资金管理

公司已制定相应的募集资金管理制度，募集资金到位后将存放于募集资金专项账户中。公司将定期检查募集资金使用情况，从而加强对募投项目的监管，保证募集资金得到合理、合法的使用，防范募集资金使用风险，充分发挥募集资金效益，切实保护投资者的利益。

2）加快募投项目投资进度，保证募投项目实施效果

本次发行募集资金将用于公司主营业务相关的项目，募集资金投资项目符合国家相关产业政策，有利于增强公司研发能力、优化产品结构、拓展下游市场。在募集资金到位前，为适应业务需求，抓住市场契机，公司将积极调配资源，开展募投项目的前期准备工作，增强项目相关的人才与技术储备。在募集资金到位后，公司将加快推进募投项目建设，提高募集资金使用效率，争取尽早实现项目投产和预期收益，以增强公司盈利水平，降低发行导致的即期回报摊薄的风险。

3）加强经营管理和内部控制，提升经营效率和盈利能力

公司将加强企业内部控制，发挥企业管控效能，推进全面预算管理，优化预算管理流程，加强成本管理，强化预算执行监督，全面有效地控制公司经营和管控风险，提升经营效率和盈利能力。

4）不断完善公司治理，为公司发展提供制度保障

公司将严格遵循《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《北京证券交易所股票

上市规则》等法律、法规和规范性文件的要求，不断完善公司治理结构，确保股东能够充分行使权利，确保董事会能够按照法律、法规和公司章程的规定行使职权，做出科学、迅速和谨慎的决策，确保独立董事能够认真履行职责，维护公司整体利益，尤其是中小股东的合法权益，确保监事会能够独立有效地行使对董事、经理和其他高级管理人员及公司财务的监督权和检查权，为公司发展提供制度保障。

5) 强化投资者回报机制

公司实施积极的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报，并保持连续性和稳定性。公司已根据中国证监会的相关规定及监管要求，制订在北京证券交易所上市后适用的《公司章程（草案）》，就利润分配政策事宜进行详细规定和公开承诺，并制定了股东未来分红回报规划，充分维护公司股东依法享有的资产收益等权利，提高公司的未来回报能力。

(2) 发行人关于填补被摊薄即期回报的承诺

公司承诺将积极采取上述措施填补被摊薄即期回报，保护中小投资者的合法利益，同时承诺若上述措施未能得到有效履行，除因不可抗力或其他非归属于本公司的原因之外，将向本公司股东和社会公众投资者道歉，同时向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的利益，并在公司股东大会审议通过后实施补充承诺或替代承诺。

(3) 控股股东、实际控制人（伟杉管理、徐伟、肖杉、徐思佳）承诺：

1) 本人/本企业不得越权干预公司经营管理活动，不得侵占公司利益；

2) 本人/本企业将严格遵守公司制定的填补回报措施，将根据未来中国证监会等监管机构出台的相关规定，积极采取一切必要、合理措施，在本人/本企业职权范围内督促公司制定的填补回报措施的执行；

3) 承诺函出具日后，若中国证监会、北京证券交易所作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会、北京证券交易所该等规定时，本人/本企业承诺届时将按照中国证监会、北京证券交易所的最新规定出具补充承诺。

作为填补回报措施相关责任主体之一，本人/本企业若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人/本企业将在股东大会及中国证监会指定报刊公开作出解释并道歉，并同意由中国证监会和北京证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对本人/本企业作出相关处罚或采取相关监管措施；本人/本企业违反上述承诺给公司或者股东造成损失的，将依法承担补偿责任。

(4) 董事、高级管理人员（徐伟、徐思佳、李多培、罗进辉、罗勇坚、肖杉、李龙、黄磊、李云）承诺：

1) 本人承诺不以无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害

公司利益；

2) 本人承诺对本人的职务消费行为进行约束；

3) 本人承诺不动用公司资产从事与履行职责无关的投资、消费活动；

4) 本人承诺公司董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

5) 若公司后续推出公司股权激励的，本人承诺拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

6) 本人将严格遵守公司制定的填补被摊薄即期回报的措施，将根据未来中国证监会等监管机构出台的相关规定，积极采取一切必要、合理措施，在本人职权范围内督促公司制定的填补回报措施的执行；

7) 承诺函出具日后，若中国证监会、北京证券交易所作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会、北京证券交易所该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会、北京证券交易所的最新规定出具补充承诺。

作为填补回报措施相关责任主体之一，本人若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人将在股东大会及中国证监会指定报刊公开作出解释并道歉，并同意由中国证监会和北京证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对本人作出相关处罚或采取相关监管措施；本人违反上述承诺给公司或者股东造成损失的，将依法承担补偿责任。

4、利润分配政策的承诺

(1) 发行人承诺如下：

公司将严格按照上市后生效的《广东玫瑰岛家居股份有限公司章程》《广东玫瑰岛家居股份有限公司关于向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年股东分红回报规划》规定的利润分配政策（包括现金分红政策）履行公司利润分配决策程序，并实施利润分配。

公司未能依照上述承诺严格执行利润分配政策的，公司将按照未能履行承诺时的约束措施承担相应责任并采取后续措施。

(2) 控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员（伟杉管理、徐伟、肖杉、徐思佳、李多培、罗进辉、罗勇坚、陈燕兰、刘称林、唐志喜、李龙、黄磊、李云）承诺如下：

本人/本企业将依法履行本人/本企业职责，采取一切必要的合理措施，以协助并促使发行人按照上市后生效的《广东玫瑰岛家居股份有限公司章程》《广东玫瑰岛家居股份有限公司关于向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年股东分红回报规划》的相关规定，严格执行相应的利润分配政策和分红回报规划。

本人/本企业拟采取的措施包括但不限于：

1) 根据公司章程中规定的利润分配政策及公司分红回报规划，制定利润分配预案；

2) 在审议公司利润分配预案的董事会、股东大会上，对符合公司利润分配政策和分红回报规划要求的利润分配预案投赞成票；

3) 在公司董事会、股东大会审议通过有关利润分配方案后，严格予以执行。

如本人/本企业违反上述承诺，本人/本企业将按照未能履行承诺时的约束措施承担相应责任并采取后续措施。

5、关于避免同业竞争的承诺

控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员（伟杉管理、徐伟、肖杉、徐思佳、李多培、罗进辉、罗勇坚、陈燕兰、刘称林、唐志喜、李龙、黄磊、李云）承诺如下：

1) 截至本承诺函签署之日，除公司外，本人/本企业、本人近亲属及本人/本企业（包括本人近亲属）控制的其他企业没有以任何形式从事与公司的主营业务构成或可能构成竞争关系且对公司构成重大不利影响的业务或活动；

2) 自本承诺函签署之日起，本人/本企业、本人近亲属及本人/本企业（包括本人近亲属）控制的除公司及其控股子公司以外的其他企业不会直接或间接的以任何方式（包括但不限于独资、合资或其他法律允许的方式）从事与公司的主营业务构成或可能构成竞争关系且对公司构成重大不利影响的业务或活动；

3) 自承诺函签署之日起，若本人/本企业、本人近亲属及本人/本企业（包括本人近亲属）控制的除公司及其控股子公司以外的其他企业未来从事的业务与公司及其控股子公司拓展后的业务产生竞争，则本人/本企业、本人近亲属及本人/本企业控制的除公司及其控股子公司以外的其他企业将积极采取下列措施的一项或多项以避免同业竞争的发生：（1）停止生产或经营构成竞争或者可能构成竞争的产品或业务；（2）如公司有意受让，在同等条件下按法定程序将相关业务优先转让给公司；（3）如公司无意受让，将相关业务转让给无关联的第三方。

4) 若公司在现有业务基础上进一步拓宽经营范围，而本人/本企业届时控制的其他企业对此尚未开展生产、经营的，本人/本企业届时控制的其他企业将不从事对公司构成重大不利影响的同业竞争业务或活动。

5) 本人/本企业将督促本人近亲属及本人/本企业（包括本人近亲属）控制的除公司及其控股子公司以外的其他企业履行上述承诺。

本人/本企业愿意对违反上述承诺而给公司造成的经济损失承担赔偿责任。

6、关于减少和规范关联交易的承诺

控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员（伟杉管理、徐伟、肖杉、徐思佳、李多培、罗进辉、罗勇坚、陈燕兰、刘称林、唐志喜、李龙、黄磊、李云）承诺如下：

1）自本承诺函签署之日起，本人/本企业及本人/本企业控制的其他企业将尽量减少与发行人及其子公司发生关联交易；

2）本人/本企业及本人/本企业控制的其他企业与发行人及其子公司无法避免或有合理理由进行关联交易时，本人/本企业及本人/本企业控制的其他企业将严格按照相关法律、法规、公司章程及相关制度的要求履行审核程序，保证遵循公允性原则确定交易价格，并按有关规定履行信息披露义务；

3）本人/本企业保证不利用在发行人中的地位 and 影响，通过关联交易损害发行人及其股东（特别是中小股东）的合法权益，利用关联交易谋求特殊利益，亦不通过关联交易为公司输送利益；

本人/本企业愿意对违反上述承诺而给公司造成的经济损失承担赔偿责任。

7、关于避免资金占用的承诺

控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员（伟杉管理、徐伟、肖杉、徐思佳、李多培、罗进辉、罗勇坚、陈燕兰、刘称林、唐志喜、李龙、黄磊、李云）承诺如下：

1）截至本承诺出具之日，本人/本企业、本人的近亲属及本人/本企业控制的其他企业不存在以委托管理、借款、代偿债务、代垫款项或其他任何方式占用公司资金、资产等资源的情形。

2）本人/本企业将严格按照《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》等法律法规及《广东玫瑰岛家居股份有限公司章程》《广东玫瑰岛家居股份有限公司防范控股股东、实际控制人及其他关联方资金占用制度》等制度的规定，杜绝一切非法占用公司资金、资产的行为，不要求公司为本人/本企业提供任何形式的违法违规担保，不从事损害公司及其他股东合法权益的行为。

3）本人/本企业保证促使本人的近亲属及本人/本企业控制的其他企业严格按照《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》等法律法规及《广东玫瑰岛家居股份有限公司章程》《广东玫瑰岛家居股份有限公司防范控股股东、实际控制人及其他关联方资金占用制度》等制度的规定，杜绝一切非法占用公司资金、资产的行为，不要求公司提供任何形式的违法违规担保，不从事损害公司及其他股东合法权益的行为。

本人/本企业违反前述承诺将承担公司、公司其他股东或利益相关方因此所受到的任何损失。

8、关于重大违法违规行为自愿限售的承诺

控股股东、实际控制人、董事长、总经理（伟杉管理、徐伟、肖杉、徐思佳）承诺如下：

若发行人上市后涉嫌证券期货违法犯罪或重大违规行为的，自该行为被发现后 6 个月内，本人/本企业自愿限售直接或间接持有的股份。

若发行人上市后，本人/本企业涉嫌证券期货违法犯罪或重大违规行为的，自该行为被发现后12个月内，本人/本企业自愿限售直接或间接持有的股份。

9、关于股份回购及赔偿投资者损失的承诺

(1) 发行人、控股股东、实际控制人（玫瑰岛、伟杉管理、徐伟、肖杉、徐思佳）承诺如下：

1) 招股说明书所载的内容不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；

2) 如证券监管部门认定招股说明书所载的内容存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本公司将依法回购本次公开发行的全部新股，回购价格为发行价格加计银行同期存款利息（若公司股票有派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项的，回购的股份包括本次公开发行的全部新股及其派生股份，发行价格将相应进行调整），具体回购程序按照相关法律法规、规范性文件及中国证券监督管理委员会和北京证券交易所的规定办理；

3) 致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将依法向投资者承担赔偿责任；

4) 若相关法律法规、规范性文件及中国证券监督管理委员会和北京证券交易所对因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定的，本公司将无条件遵从该等规定。

(2) 董事、监事、高级管理人员（徐伟、徐思佳、李多培、罗进辉、罗勇坚、陈燕兰、刘称林、唐志喜、肖杉、李龙、黄磊、李云）承诺如下：

1) 招股说明书所载的内容不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；

2) 如证券监管部门认定招股说明书所载的内容存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法向投资者承担赔偿责任；

3) 若相关法律法规、规范性文件及中国证券监督管理委员会和北京证券交易所对因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定的，本公司将无条件遵从该等规定。

10、关于股东信息披露的专项承诺

发行人承诺如下：

1) 本公司不存在法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有公司股份的情形；

2) 本次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在直接或间接持有公司股份的情形；

3) 本公司不存在以公司股权进行不当利益输送的情形。

11、关于不存在证券市场违法违规情况的承诺

实际控制人、控股股东、董事、监事、高级管理人员（伟杉管理、徐伟、肖杉、徐思佳、李多培、罗进辉、罗勇坚、陈燕兰、刘称林、唐志喜、李龙、黄磊、李云）承诺如下：

1）截至本承诺函出具之日，本人最近 36 个月内不存在担任因规范类或重大违法类强制退市情形被终止上市企业的董事、监事、高级管理人员，且对触及相关退市情形负有直接或间接的个人责任的情形或作为前述企业的控股股东、实际控制人且对触及相关退市情形负有个人责任的情形。

2）本人/本企业在全国中小企业股份转让系统挂牌期间不存在组织、参与内幕交易、操纵市场等违法违规行为或者为违法违规交易公司股票提供便利的情形。

本人/本企业违反前述承诺将承担公司、公司其他股东或利益相关方因此所受到的任何损失。

12、土地房产瑕疵的承诺

控股股东、实际控制人（伟杉管理、徐伟、肖杉、徐思佳）承诺如下：

若玫瑰岛及其子公司因相关房产、临时建筑未履行报批报建手续或未取得不动产权证书导致相关房产、临时建筑被责令拆除或导致玫瑰岛及子公司受到主管机关任何形式行政处罚或承担任何形式的法律责任，本人/本企业将足额补偿玫瑰岛及其子公司因此产生的相关损失，以确保玫瑰岛及其子公司不会因前述资产瑕疵事项受到经济损失。

13、关于未能履行承诺时约束措施的承诺

控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他股东（伟杉管理、徐伟、肖杉、徐思佳、李多培、罗进辉、罗勇坚、陈燕兰、刘称林、唐志喜、李龙、黄磊、李云、龙格投资、虎嗅管理、龙吟管理）承诺如下：

本人/本企业将严格履行就本次发行所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。如本人/本企业承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人/本企业无法控制的客观原因导致的除外），本人/本企业将采取以下措施：

1）及时、充分披露本人/本企业承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因，并向公司股东和社会公众投资者道歉；

2）监管机关要求纠正的，在有关监管机关要求的期限内予以纠正；

3）及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代承诺，并提交公司股东大会审议；

4）因本人/本企业未履行或未及时履行相关承诺所获得的收益将按照相关法律法规处理；

5）因本人/本企业未履行或未及时履行相关承诺导致投资者损失的，由本人/本企业依法对投资者进行赔偿。公司有权扣减相关责任人员薪酬、津贴或所获分配的现金分红用于承担前述赔偿责任。同时本人/本企业持有的公司股份（如有）将不得转让，直至本人/本企业按相关承诺采取相应的措

施并实施完毕时为止。

如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人/本企业无法控制的客观原因导致本人/本企业承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本人/本企业将采取以下措施：

- 1) 及时、充分披露本人/本企业承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；
- 2) 向股东和投资者提出补充承诺或替代承诺，及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代承诺并将接受前述约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕，以尽可能保护公司及股东、投资者的权益。

14、关于防止资金占用的承诺

公司挂牌时的控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员（伟杉管理、徐伟、肖杉、徐思佳、李龙、曹松华、李多培、陈燕兰、刘称林、唐志喜、黄磊、李云）承诺如下：

“截至本承诺函出具日，本人/本企业不存在占用公司资金或资产的情形，并承诺以后不以任何形式占用公司资金或资产，本人/本企业将严格遵照《广东玫瑰岛家居股份有限公司章程》《广东玫瑰岛家居股份有限公司防止控股股东及其他关联方资金占用管理制度》《广东玫瑰岛家居股份有限公司关联交易管理制度》《广东玫瑰岛家居股份有限公司对外担保管理办法》等有关管理制度进行决策和执行，不以任何形式占用公司资金、资产或其他资源，具体包括但不限于：

- 1) 从公司拆借资金；
- 2) 由公司代垫费用，代偿债务；
- 3) 由公司承担担保责任而形成债权；
- 4) 无偿使用公司的土地房产，设备动产等资产；
- 5) 无偿使用公司的劳务等人力资源；
- 6) 在没有合理对价情况下使用公司的商品和服务；
- 7) 中国证监会、全国股转公司认定的其他形式的占用资金情形。

上述承诺一经签署立即生效，上述承诺在本人/本企业与公司存在关联关系期间及关联关系终止之日起十二个月内，持续有效，且不可变更或撤销。

如本人/本企业或本人/本企业控制的企业违反上述承诺，公司及公司的其他股东有权根据本承诺函依法申请强制本人/本企业履行上述承诺，并赔偿公司的全部损失；同时本人/本企业及本人/本企业控制的企业因违反上述承诺所取得的利益归公司所有。”

15、规范关联交易的承诺

公司挂牌时的控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员（伟杉管理、徐伟、肖杉、

徐思佳、李龙、曹松华、李多培、陈燕兰、刘称林、唐志喜、黄磊、李云）承诺如下：

“1）本人/本企业及所控制的其他企业与公司自 2022 年 1 月 1 日以来发生的关联交易均已如实披露于公司财务报告中，不存在其他任何依照法律法规和全国股转系统、中国证监会的有关规定应披露而未披露的关联交易。

2）在本人/本企业作为公司控股股东/实际控制人/董事/监事/高级管理人期间，本人/本企业及所控制的其他企业将尽量减少、避免与公司发生关联交易。如因客观情况导致关联交易难以避免的，本人/本企业及所控制的其他企业将严格按照正常商业准则，遵循公平合理、价格公允的原则，依法与公司签订规范的关联交易协议，按照与无关联关系的独立第三方进行相同或相似交易时的价格确定关联交易价格，并根据法律、法规和规范性文件以及公司章程的有关规定履行批准程序，以保证关联交易价格及条件的公允性。同时，按照相关法律、法规、规范性文件以及公司章程等的有关规定履行相关程序和信息披露义务，并办理有关报批事宜。

3）本人/本企业承诺不通过与公司之间的关联交易谋求任何特殊利益，亦不进行任何可能损害公司及其他股东合法权益的关联交易。

4）本人/本企业将督促本人的配偶、父母、子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶，本人配偶的父母、兄弟姐妹，子女配偶的父母，以及本人/本企业投资或控制的除公司以外的其他企业、实体等同受本承诺的约束。

5）本人/本企业承诺本承诺函旨在保证公司全体股东之利益做出，且本承诺函的每一项承诺为独立可操作的承诺，任何一项承诺无效或被终止将不影响其他承诺的有效性。

6）本承诺函自签署之日起生效；自本承诺函出具之日起，本承诺函及其项下之声明、承诺和保证即不可撤销，并将对本人/本企业具有法律约束力；本承诺函所载各项承诺事项在本人/本企业作为公司控股股东/实际控制人/董事/监事/高级管理人期间持续有效。

如因本人/本企业违反上述承诺而给公司造成任何损失的，本人/本企业将给予赔偿。”

16、避免同业竞争的承诺

公司挂牌时的控股股东、实际控制人（伟杉管理、徐伟、肖杉、徐思佳）承诺如下：

“1）截至本承诺函出具日，本人/本企业没有直接或间接地以任何方式（包括但不限于自己经营、为他人经营、协助他人经营等）从事与公司相同或类似的业务，亦未投资于任何与公司从事相同或类似业务的公司、企业或者其他经营实体，本人/本企业与公司不存在同业竞争；

2）本人/本企业及本人/本企业控制的其他企业将不会直接或间接地以任何方式（包括但不限于自己经营、为他人经营、协助他人经营等）在中国境内或境外从事与公司业务有竞争或可能构成竞争的业务或活动，亦不会投资于任何与公司从事相同或类似业务的公司、企业或者其他经营实体；

3) 无论是由本人/本企业自身研究开发的、从国外引进或者与他人合作开发的与公司生产、经营有关的新技术、新产品, 公司均有优先受让、经营的权利;

4) 如公司进一步拓展其产品和业务范围, 本人/本企业承诺将不与公司拓展后的产品或业务相竞争; 若出现可能与公司拓展后的产品或业务产生竞争的情形, 本人/本企业将通过包括但不限于以下方式退出与公司的竞争: ①停止生产构成竞争或可能构成竞争的产品; ②停止经营构成竞争或可能构成竞争的业务; ③将相竞争的资产或业务以合法方式置入公司; ④将相竞争的业务转让给无关联的第三方; ⑤采取其他对维护公司权益有利的行动以消除同业竞争;

5) 自本承诺函出具之日起, 本承诺函及其项下之声明、承诺和保证即不可撤销, 并将持续有效, 本承诺函所载各项承诺事项在本承诺人作为公司控股股东/实际控制人期间持续有效。

如本人/本企业违反上述承诺, 则因此而取得的相关收益将全部归公司所有; 如因本人/本企业未履行前述承诺而给公司造成损失的, 本人/本企业将给予全部赔偿。如本人/本企业在公司要求后十个工作日内未给予全部赔偿, 则公司有权将与其损失相等金额的应付本人/本企业现金分红予以截留, 直至本人/本企业给予全部赔偿。”

17、规范同业竞争的承诺

公司挂牌时的实际控制人之一(肖杉)承诺如下:

“1) 截至本承诺函出具日, 北京玫瑰岛卫浴有限公司已停止开展新业务, 本人承诺将来亦不会再运营该公司;

2) 北京玫瑰岛因停止经营而提前与商场终止合作, 商场暂未退回北京玫瑰岛的部分门店押金, 以及北京玫瑰岛存在部分客户款项未收回等情况, 所以暂未对北京玫瑰岛进行注销。本人承诺, 待上述事项全部处理完成后, 立即对北京玫瑰岛进行清算注销。

如本人违反上述承诺, 则因此而取得的相关收益将全部归公司所有; 如因本人未履行前述承诺而给公司造成损失的, 本人将给予全部赔偿。如本人在公司要求后十个工作日内未给予全部赔偿, 则公司有权将与其损失相等金额的应付本人现金分红予以截留, 直至本人给予全部赔偿。”

18、虎嗅管理自愿限售承诺

公司挂牌时的股东之一(虎嗅管理)承诺如下:

“对于本企业已取得的玫瑰岛本次挂牌前已发行的股份, 自本企业取得该股份之日起三十六个月内不转让该股份。因公司进行权益分派等导致持有的股份发生变化的, 仍遵守上述承诺。

如因本企业未履行前述承诺而给公司造成损失的, 本企业将给予全部赔偿。如本企业在公司要求后十个工作日内未给予全部赔偿, 则公司有权将与其损失相等金额的应付本企业现金分红予以截留, 直至本企业给予全部赔偿。”

19、龙格投资自愿限售承诺

公司挂牌时的股东之一（龙格投资）承诺如下：

“对于本企业已取得的玫瑰岛本次挂牌前已发行的股份，自本企业取得该股份之日起三十六个月内不转让该股份。因公司进行权益分派等导致持有的股份发生变化的，仍遵守上述承诺。”

如因本企业未履行前述承诺而给公司造成损失的，本企业将给予全部赔偿。如本企业在公司要求后十个工作日内未给予全部赔偿，则公司有权将与其损失相等金额的应付本企业现金分红予以截留，直至本企业给予全部赔偿。”

20、龙吟管理自愿限售承诺

公司挂牌时的股东之一（龙吟管理）承诺如下：

“对于本企业已取得的玫瑰岛本次挂牌前已发行的股份，自本企业取得该股份之日起三十六个月内不转让该股份。因公司进行权益分派等导致持有的股份发生变化的，仍遵守上述承诺。根据上述承诺，本企业所持玫瑰岛 831,900 股限售期至 2026 年 5 月 25 日，另外 280,000 股限售期至 2027 年 5 月 8 日。”

如因本企业未履行前述承诺而给公司造成损失的，本企业将给予全部赔偿。如本企业在公司要求后十个工作日内未给予全部赔偿，则公司有权将与其损失相等金额的应付本企业现金分红予以截留，直至本企业给予全部赔偿。”

十、其他事项

无其他事项。

第五节 业务和技术

一、 发行人主营业务、主要产品或服务情况

（一）公司的主营业务情况

公司是一家专业从事淋浴房、浴室柜、智能马桶、花洒等全卫定制产品及全景门、生态门、玻璃金属柜类等定制家居的研发、设计、生产及销售的国家高新技术企业。

公司是国内最早的淋浴房生产企业之一。在定制淋浴房的基础上，公司逐步拓展了定制浴室柜、智能马桶、花洒、浴缸、智能毛巾架、壁龛、地漏等卫浴产品，并提出了“一卫一定制，所见即所得”的全卫定制主张，为消费者提供健康舒适的一站式高端全卫定制解决方案。同时，公司于 2018 年开拓了市场空间更大的全景门品类，并逐步拓展生态门、玻璃金属柜类等定制家居产品，成为公司重要的第二增长曲线。公司产品设计兼顾了实用功能与美观外形，多次获得德国红点设计奖、德国 IF 产品设计奖、美国 MUSE 设计金奖、意大利 A’ 设计大奖、红棉设计奖、沸腾质量金奖等国内外大奖。



2023德国IF设计奖



2023德国红点奖



美国MUSE设计奖



意大利A'奖



红棉产品设计奖



沸腾杯质量金奖

公司在广东省中山市、江门市建成两大智能制造基地，占地总面积 300 余亩，并斥资打造前后端一体化的全流程信息化系统，精准处理大规模的个性化订单并形成高效的柔性化生产能力，为消费者提供优质的消费体验与服务，满足消费者的个性化定制需求。

公司在零售业务方面，已建立覆盖全国的零售网络体系，拥有近 700 家经销商，覆盖中国 30 个省、自治区和直辖市，门店主要入驻红星美凯龙、居然之家、喜盈门等高端连锁家居建材卖场。在大宗业务方面，公司与保利发展、中海地产、招商蛇口等国内头部房地产企业建立了长期稳定的合作关系，并逐渐开拓酒店业务渠道，与华住集团等酒店客户达成战略合作并成为其指定供应商。在出口业务方面，公司与 ABG、KOHLER、MERLYN、BATHROOM 等国际知名卫浴企业紧密合作，产品远销爱尔兰、英国、美国、加拿大、克罗地亚等 30 多个国家和地区。

经过近 20 年的产品研发、市场培育、品牌运营，公司已经成为国内淋浴房行业头部企业，在国内市场拥有良好的品牌美誉度。在零售业务方面，公司 2022 至 2024 年连续三年被红星美凯龙评为定制卫浴榜 No.1。在大宗业务方面，根据中国房地产业协会发布的《2025 房建供应链企业综合实力 TOP500-首选供应商服务商测评研究报告》，玫瑰岛以 11% 的品牌首选率，位列室内全景门第一。

（二）公司主要产品的基本情况

报告期内，公司主要产品为淋浴房、浴室柜、智能马桶、花洒等卫浴产品及全景门等定制家居产品。

在品牌定位方面，公司坚持中高端定位，同时探索通过新品牌和新产品线的培育，覆盖更广泛的客户人群。公司三大品牌 1858 高定家居、ROSERY 玫瑰岛、MOKYU 牧浴的差异化定位明确，能满足不同消费群体的需求。

标识	品牌名称	品牌定位
	1858 高定家居	以“金属+玻璃”为核心的高定家居品牌，为消费者提供高端全屋定制系统解决方案
 ROSERY	ROSERY 玫瑰岛	中高端全卫定制及全景家居品牌，为消费者提供一站式中高端全卫定制及全景家居系统解决方案
 MOKYU.牧浴	MOKYU 牧浴	倡导更适合都市青年人的沐浴生活方式，为消费者提供一站式的卫生间、阳台空间解决方案及有趣实用的沐浴生活好物

在产品类别方面，为提高公司的全卫定制能力，公司在报告期内不断丰富产品类别，构建了淋浴房、桑拿房、浴室柜、浴室门、高分子卫浴、阳台柜、花洒、智能马桶、龙头、智能毛巾架、壁龛、地漏十二大产品矩阵，为消费者提供同风格、同色系的设计风格化套系产品，提供一站式全卫定制解决方案。

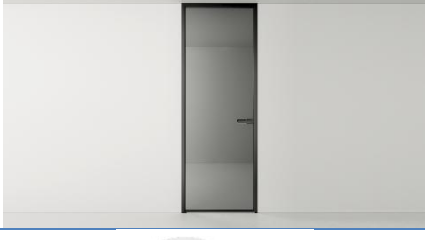
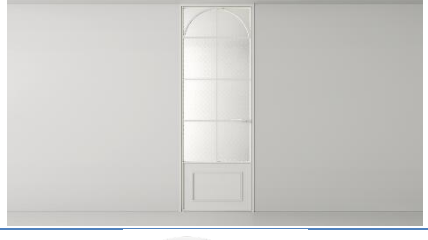
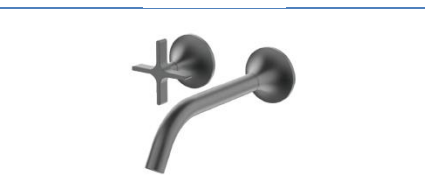
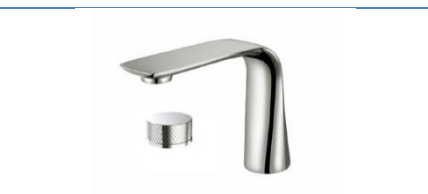
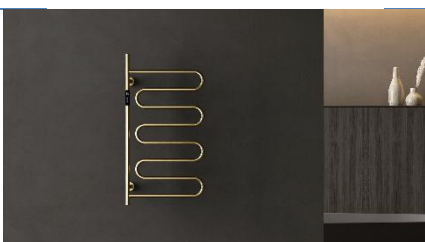
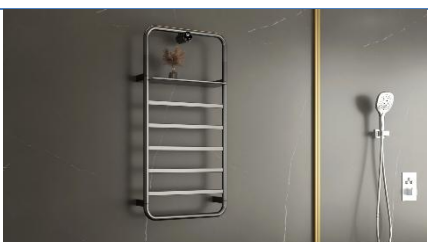


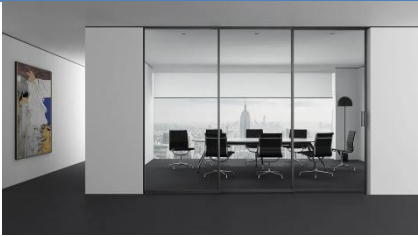
同时，公司基于对“金属+玻璃”的深入理解，于 2018 年开拓了全景门品类。全景门指以玻璃与金属为主材组成的用于室内空间隔断的一种家居产品，通过玻璃的可透光性，在隔断室内空间、功能分区的同时，达到美化空间、视野扩容的目的，进一步提升居家生活品质，全景门可广泛应用于客厅、餐厅、书房、衣帽间、酒窖、多功能室等室内空间，提升各功能区的采光度和美观度。同时，在全景门的基础上，公司逐渐开发了生态门、屏风、玻璃金属柜等定制家居产品。

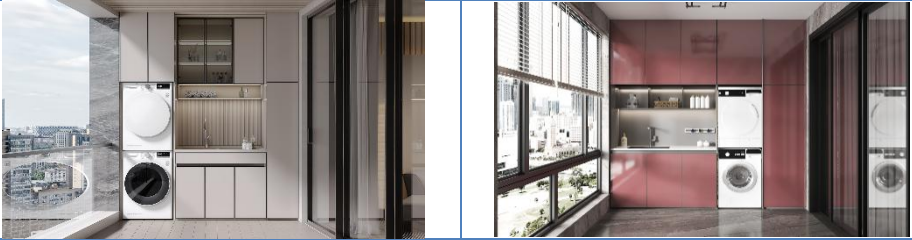


公司主要产品举例如下：

产品类别	图片展示

全卫定制	淋浴房		
	浴室柜		
	浴室门		
	智能马桶		
	花洒		
	龙头		
	高分子卫浴		
	智能毛巾架		

	壁龛		
	地漏		
	桑拿房		
定制家居	全景门	 厨房	 书房
		 客厅	 衣帽间
		 茶室	 会议室
		 休闲会所	 多功能室

	玻璃金属柜	
其他	五金、胶条等配件	

（三）主要经营模式

1、采购模式

（1）供应商引入和管理

公司制定供应商引入和管理等制度。对于潜在供应商，供应链中心执行询价、打样、样品实物评估、比价等程序，综合考虑供应商的经营资质及能力、产品结构、主要设备、主要客户、市场口碑等情况，经评审合格后引入成为合格供应商。

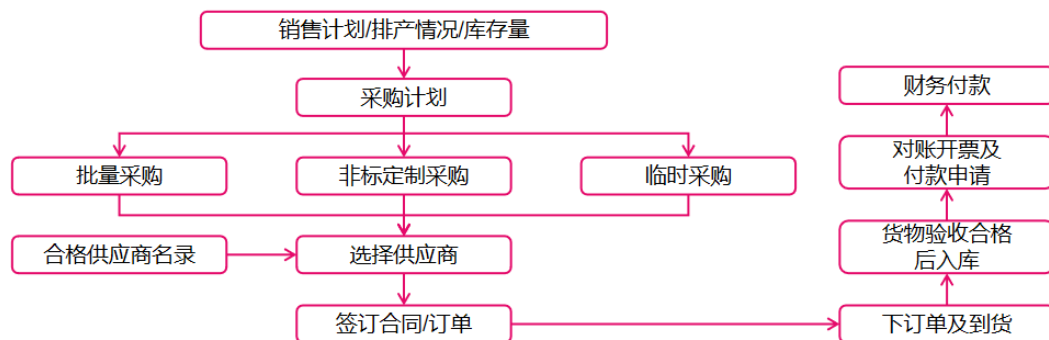
公司通过供应商的供货数据信息，每季度对供应商进行考核评分，针对评价结果较差的供应商，公司会降低对其的采购比例，要求其限期整改，并根据年度考核评分决定是否淘汰；对于评价结果为不合格的供应商，公司取消其合格供应商资格。

（2）采购管理模式

公司设立专门的供应链中心对采购业务进行管理，主要承担物料市场调研、采购开发、采购体系管理、采购核价等职能。

公司生产所需的原材料主要采用“批量采购+非标定制采购+临时采购”的采购模式，由供应链中心集中统一采购。批量采购是指用量较大且市场价格存在明显波动的大宗原材料（如玻璃、铝棒等）和常规性原材料（如五金类、辅助材料、包材类材料等）；非标定制采购是指根据订单需求定制化采购非标产品；临时采购系对于用量不大或无需固定供应商的零星材料的采购。PMC 中心根据最近几个月物料耗用情况，结合库存数量、在途数量以及销售预算情况，根据实际生产和备货需求，确定计划下单量，并向供应链中心下达采购计划；供应链中心会在合格供应商名单范围内进行询价比价，择优选择供应商进行采购，并对采购价格进行持续跟踪监督。

公司的采购流程图如下：



2、生产模式

公司制造中心包括淋浴房、全景门、浴室柜、五金厂、铝材厂等部门；负责生产计划的制定与实施，下设中山基地及江门基地。公司产品以个性化定制为主，具有多批次、定制化、小批量的特点，不同批次的订单对于产品的规格、型号、尺寸等方面的要求差异较大。公司严格执行“按订单生产”的原则，形成了以自主生产为主，兼有少量代工生产、部分生产工序外协加工的生产模式。

（1）自主生产

自主生产是指公司自行采购生产所需原材料，所有生产工序均利用自有生产场地和生产设备进行生产，最后实现产品销售的生产方式，是公司主要的生产模式。报告期内，公司生产模式以自主生产为主。

公司收到客户下达的产品订单后，PMC 中心根据客户订单需求的规格、数量、交货期限等指标，通过 ERP 系统订单拆分为各种组件后，由制造中心各部门安排相应生产。同时，公司建立了生产订单跟踪机制，及时了解车间各订单生产进度，对生产异常和计划滞后情况及时进行调整分析，保证生产活动的有序进行；产品生产完毕后经质量检验合格方可入库。

公司依据不同业务模式的订单特性，及时制定并执行相应的生产作业流程，确保流程的标准化管理。对于经销渠道的订单，鉴于公司产品在经销模式下具有高度定制化特征，产品订单呈现多样化、多款式、定制化的特征，公司针对此类业务特性，采取定制化生产方式。对于大宗业务的订单，尽管产品订单同样具备一定的定制化特征，但单个订单的产品数量相对较多，故公司实施批量生产方式，并结合定制化生产以满足大宗业务客户的需求。针对国际客户的 ODM 订单，产品订单通常表现为多款式、大批量的特征，因此公司采用大批量生产方式。

（2）少量代工生产

公司采用代工生产的产品主要为智能马桶、花洒、毛巾架等标品，以满足消费者的一站式采购需求。基于成本效益方面的考虑，公司向代工生产商提出产品设计、规格、数量等方面的要求，代工生产商根据公司提供或选定的设计图纸，由代工生产商自行采购原材料并生产，最终由公司验收、入库，并进行销售。

报告期内，公司与主要代工生产商建立了良好的合作关系。为加强对代工生产商及代工产品质量的管控，规范生产加工流程，防范代工风险，公司从代工产品的交期、质量、成本等方面对代工生产商进行严格的规范要求，保障代工产品的品质满足公司的要求。在产品生产交付过程中，公司内部采购、生产等相关部门会与代工生产商紧密联系，以便掌握代工产品的实时动态，不断加强公司与优质代工生产商的合作稳定性。

智能马桶、花洒、毛巾架等标品行业发展成熟，优质代工生产商众多，可为公司提供稳定、可靠、批量化、定制化的产品，有效提高公司订单响应能力；代工生产有利于节约资本投入，使公司聚焦于优势产品的设计开发、品牌维护和营销网络扩张等方面，不断提升核心竞争力和品牌知名度。

（3）部分工序外协及外包加工

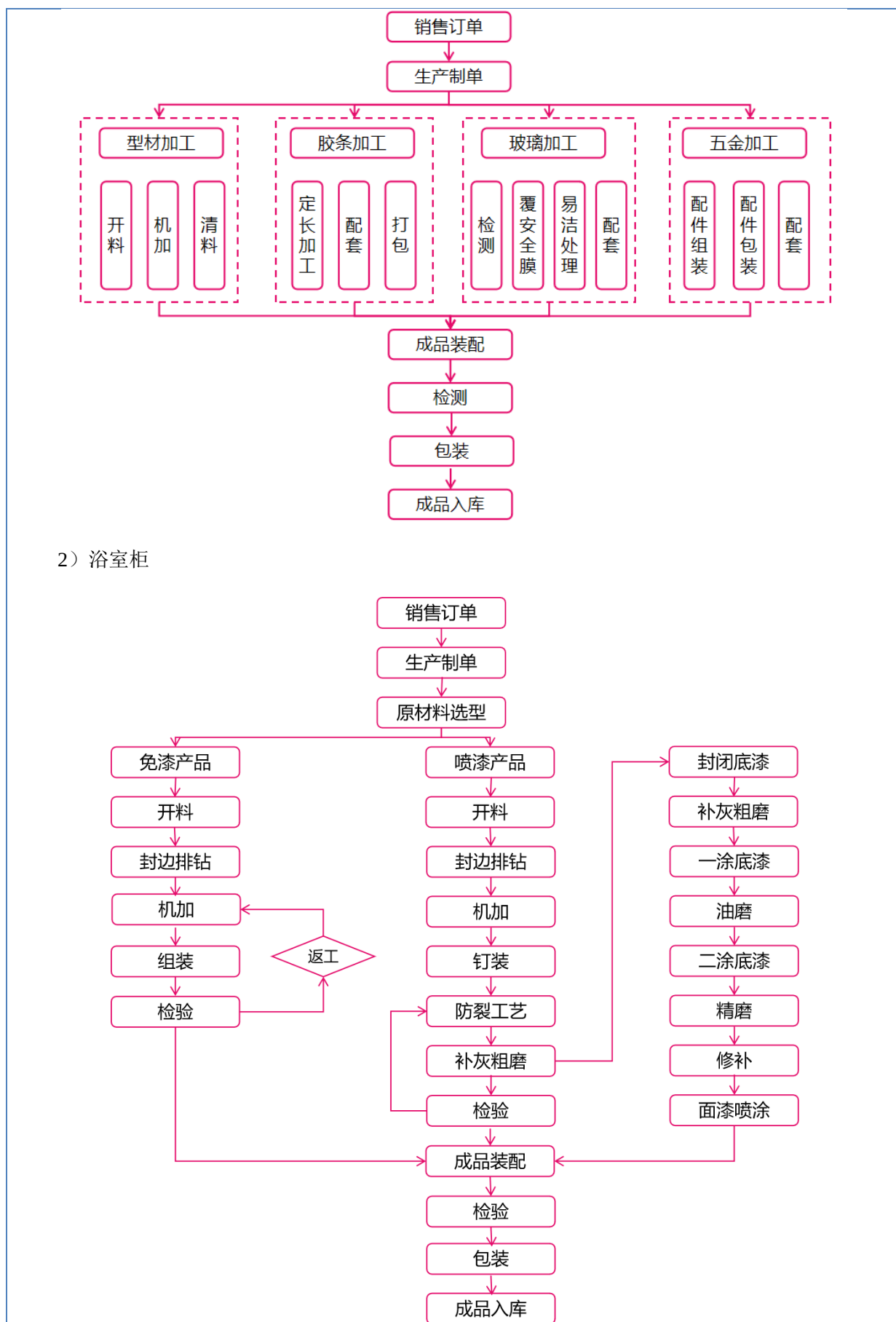
出于成本控制、管理效率以及公司产能等情况，公司将部分工序外协及外包加工，主要涉及电镀、抛光、喷漆等工序。外协加工供应商根据公司的设计要求、工艺流程以及质量要求进行加工，产品验收合格后入库。非核心工序的外协加工系公司充分利用专业化协作分工机制。公司外协加工供应商主要分布在中山市、江门市及周边地区，靠近公司的生产基地，经过多年的合作，各主要外协加工供应商均能较好满足公司对于外协加工产品质量、交货期限等方面的要求。

同时，相关委外加工厂商较多，不存在公司对单一委外加工厂依赖的情况。公司对加工厂商的选择主要由供应链中心向各供应商询价、谈判确定，加工费用采用市场化定价方式，一般为工序成本加一定的合理利润。报告期内，公司外协及外包加工采购金额占比较低且该工序不属于公司产品的关键工序技术，对该工序采取外协及外包加工方式不会影响公司的业务完整性。

（4）主要产品的生产流程图

公司主要产品的生产流程图如下：

1) 淋浴房、全景门



3、销售模式

公司产品具有高度的个性化和定制化特征。对于终端消费者，在产品的交付过程中除需公司生产符合消费者需求的产品以外，仍需要经销商向消费者提供包括上门测量、个性化设置、上门安装、售后维护等线下服务流程，由于公司产品面向全国各地消费者，覆盖范围极广，因此通过建立完善的经销网络，完成从获客、测量、设计、安装等一系列的线下服务流程，这成为了包括公司在内的绝大多数定制家居行业企业的主要销售模式。对于房地产客户、酒店、国际知名卫浴企业等批量化生产并供应产品的业务，则可由公司直接对接。报告期内，公司的销售模式主要包含零售业务、大宗业务和出口业务，三种销售模式的收入结构较为均衡。

（1）零售业务

零售业务是公司主要销售模式之一。报告期内，公司零售业务主要通过经销模式、直营模式开展。其中，经销模式为零售业务最主要的销售模式。

①经销模式

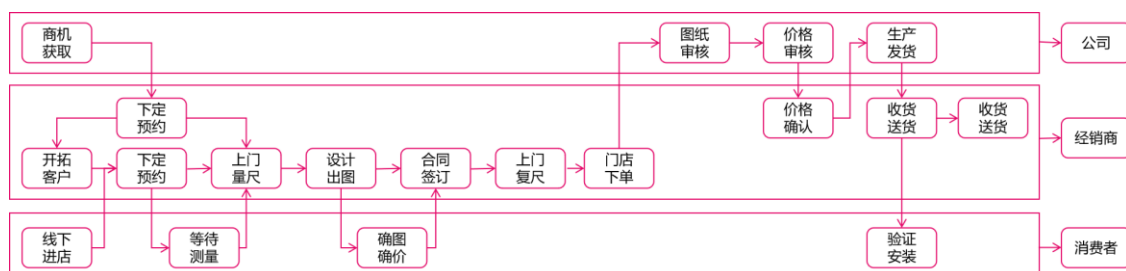
经销模式下，公司选取具有丰富市场经验及行业背景、具备资金实力、市场信誉良好的经销商，授权其在特定区域内销售公司产品，并允许经销商在特定区域使用公司统一的商标、品牌等，经销商自行承担经营风险。在公司与经销商达成合作意向后，双方签署《经销商合同》，由公司直接向其供货，公司给予经销商人员培训、经营管理等方面的帮助，同时通过线上及线下引流的方式协助经销商获客。销售模式有利于发挥经销商的积极性和主观能动性，迅速扩大销售规模，提升市场份额和品牌形象，是行业内企业的主流销售模式。

零售业务模式下，终端消费者在经销商处或线上平台下单；经销商派出测量团队，上门实地测量客户所需尺寸并获取其他具体要求后，在公司系统中下单；公司对经销商主要采取“先款后货”的买断式销售模式；公司根据订单完成产品生产后，发货至经销商，并由经销商承担运费；在终端消费者具备安装条件后，由经销商负责安装。

②直营模式

除经销模式外，公司在 2024 年尝试在北京地区建立直营门店，负责北京地区的零售业务开展。

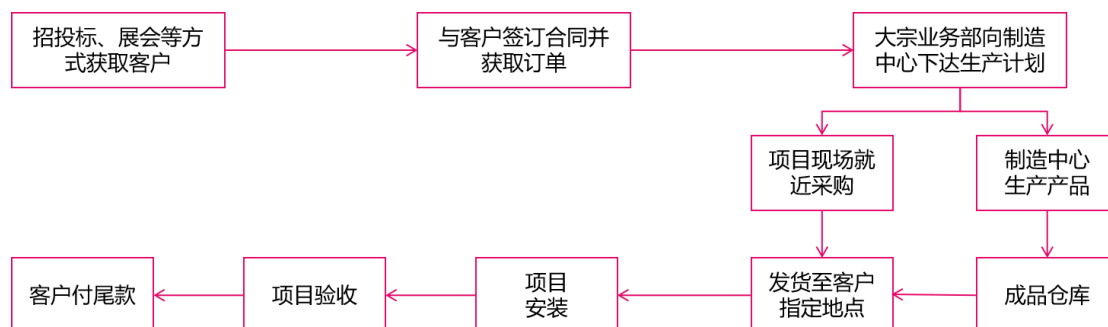
报告期内，公司零售业务的主要流程如下：



（2）大宗业务

大宗业务是公司直接向地产开发企业、装修公司、酒店等工程客户提供淋浴房、全景门等产品。公司通过招投标、展会等方式获取大宗客户。与零售业务不同，大宗客户订单虽具备定制化特点，但因单次订单供货量较大，要求公司具备及时响应及批量供货能力，同时大宗业务对公司的资金实力、生产能力和存货管理等方面提出了较高的要求。为保证公司经营稳定性，公司在选择大宗客户时始终聚焦于资信状况较好的优质客户，降低经营风险。报告期内，公司主要与中海地产、招商蛇口、保利发展等头部地产企业建立稳定合作关系。

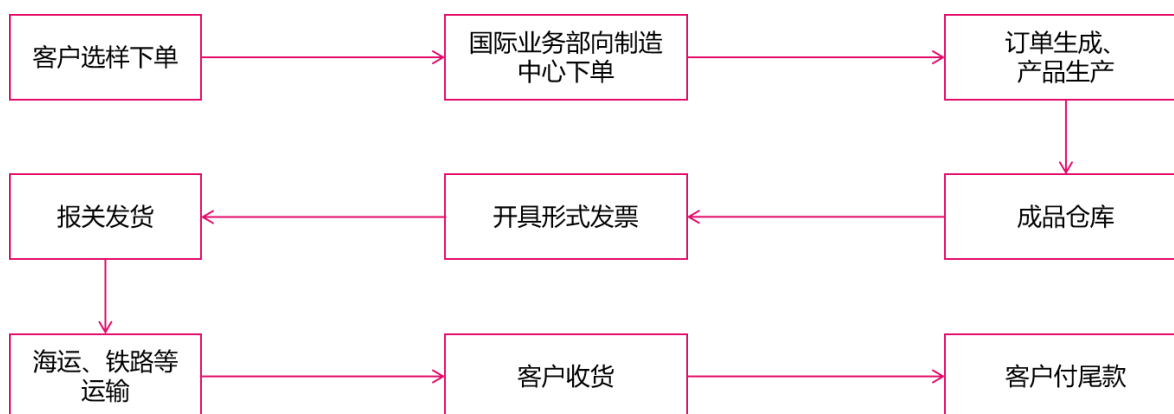
大宗业务主要销售流程如下：



(3) 出口模式

出口模式主要是公司通过行业展会活动等方式获取海外品牌客户的订单，实现出口销售。报告期内，公司主要以 ODM 模式向 ABG、KOHLER、MERLYN、BATHROOM 等境外品牌提供淋浴房等产品、少量以 OEM 模式向境外品牌提供浴缸等产品、销售五金及配件产品，产品销往爱尔兰、英国、美国、加拿大、克罗地亚等国家和地区。

公司出口业务的主要销售流程如下：

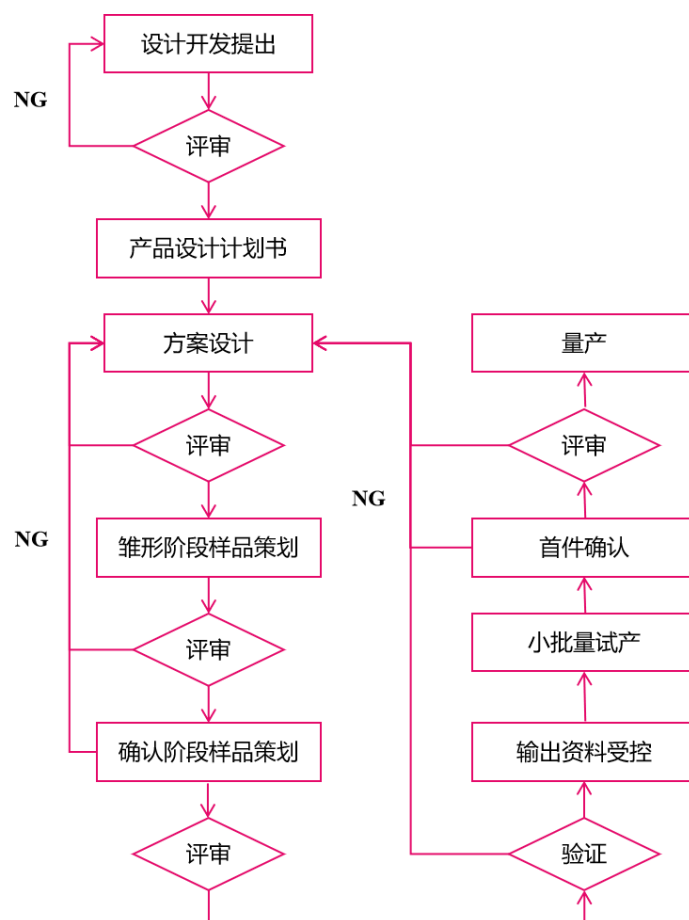


4、研发模式

公司实施产品研发优先，材料研发及设备工艺研发作为配套的研发思路。产品研发由研发中心根据客户及市场信息提出研发需求并进行立项，实施完整的设计和开发输入、输出、评审、验证、确认、控制流程。公司研发活动由研发中心主导，实施产品体系建设、产品换代更新、编制样品设计图、跟踪样品试制等，研发中心下属实验室进行产品的测试及验证。材料研发及设备工艺研发作

为非标准化研究，依靠技术及工程人员的经验及实际产品需求进行研发。

产品研发流程：



（四）采用目前经营模式的原因、影响经营模式的关键因素及未来变化情况

公司目前采用的经营模式主要依据行业惯例、客户需求、业务经验等制订和执行，符合公司业务发展的需要。报告期内，公司的经营模式和影响因素均未发生变化。同时在可预见的将来，公司的经营模式和影响因素亦不会发生重大变化。

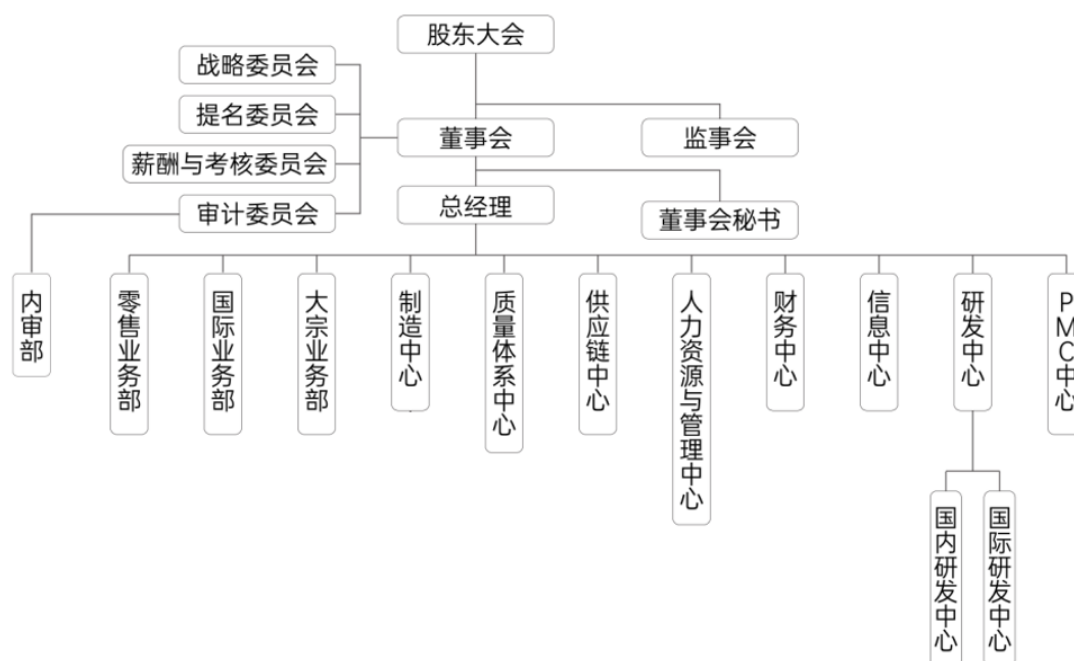
（五）公司设立以来主营业务的演变情况



（六）公司的组织架构

公司按照《公司法》《公司章程》的规定，结合业务发展需要，建立了规范的法人治理结构和健全的内部管理机构。

截至本招股说明书签署日，公司组织结构图如下：



序号	部门	主要职能
1	零售业务部	负责零售业务客户销售计划的制定及营销网络的规划建设和管理；确定区域人员配置及分工，考核机制；监督辅导区域经理开展区域工作；重点客户关注及维护；重点市场信息收集及反馈。
2	国际业务部	负责出口业务客户销售计划的制定；开发公司出口业务的客户和销售市场；负责出口业务客户日常需求的处理及关系维护、售后服务事宜的处理、应收账款

		的及时催收等。
3	大宗业务部	负责大宗业务工程客户销售计划的制定；开发公司大宗业务的销售市场；项目方案对接及客户维护；项目方案的审核及评估；客户及项目资料系统化；项目团队的组建及管理；负责大宗业务工程客户日常需求的处理及关系维护、售后服务事宜的处理、应收账款的及时催收等。
4	制造中心	制定生产管理制度，并监督执行；根据市场需求制定生产计划并组织实施；工艺改善和创新，持续提升产品品质；负责组织安全生产和消防检查；负责公司环境保护工作；负责产品品质管控流程的建立与实施；原材料采购生产过程中的质量监控与组织品质改善；新产品开发过程中的质量评审等；负责经销商、大宗业务、出口业务客户订单的生产及交付；负责主要原材料的生产和加工。
5	质量体系中心	主导公司各种质量管理制度的制定与实施，以及 5S、零缺陷、全面质量管理等各种质量管理活动的组织与推动；质量控制，对出厂产品的质量负全部责任；制定和完善质量管理目标责任制；主导建立质量、环境、职业健康安全、知识产权管理体系等，完善相关文件。
6	供应链中心	负责生产、经营各项材料、设备、技改项目的评估、核价及采购；对物料购进的及时性、合格率建立相关管理体系进行控制，并定期对供应厂商进行评估，规范供应商管理。根据公司情况安排各项目对应的付款计划。
7	人力资源与管理中心	制定组织与人力资源发展计划；建立健全人力资源管理制度并组织实施；负责组织管理、人力预算、人才发展、员工招聘、绩效管理、薪酬激励等方案的设计与实施；推动组织与人力效能提升；负责行政管理体系的规划与实施。
8	财务中心	负责建立健全公司的财务会计管理体系；组织开展公司的日常财务核算、会计制度制订、财务分析、税务筹划等工作；组织开展公司的资金使用审批、对外投融资、资金结算、费用报销等工作。
9	信息中心	设计各业务价值链的信息与数字化建设方向与架构；组织与实施各业务板块的信息化、数字化项目；协助信息与数字化供应商资源的开发与选型；负责公司数据库、桌面系统与信息安全的规划、建设与落地。
10	研发中心	负责公司新产品和新技术的开发；研究行业技术发展，收集、整理与研究行业信息，参加行业研讨性会议；负责产品的规划、设计、研发与全生命周期管理；负责产品工艺技术开发、创新、工艺标准制定、落地监督与优化；负责产品数据维护与管理。
11	PMC 中心	负责推进以销定产工作及成品库存周转率提升；负责产能布局及全价值链物流仓储成本优化；负责订单管理、仓储管理基本制度流程梳理及落地；结合各部门产品销售情况，制定年度生产计划，指导并协调各基地生产部门排产，保证产销平衡；负责对产品的生产计划制定与下达及实现的全过程监控与落实，确定产量满足业务部订单需求；制定各业务部产品安全库存管控，合理制定产销存计划；制定销售端、生产端成本及信息管理考核制度；实时根据市场变化及时提出调整生产的建议和方案。
12	内审部	对公司各内部机构、控股子公司以及具有重大影响的参股公司的内部控制的完整性、合理性及其实施的有效性进行检查和评价；对公司各内部机构、控股子公司以及具有重大影响的参股公司的会计资料及其他有关经济资料，以及所反映的财务收支及有关的经济活动的合法性、合规性、真实性和完整性进行审计，包括但不限于财务报告、业绩快报、自愿披露的预测性财务信息等；协助公司建立健全反舞弊机制，确定反舞弊的重点领域、关键环节和主要内容，并在内部审计过程中合理关注和检查可能存在的舞弊行为；根据公司相关制度和董事会要求对公司内设机构及所属单位领导人员的任期经济责任进行审计；为评价公司及所属单位经营活动的效率与效果，开展专项审计；组织实施公司内部控制评估工作，以及风险管理、风险评估工作；至少每季度向审计委员会报告一次，内容包括但不限于内部审计计划的执行情况以及内部审计工作中发现的问题。

（七）发行人生产经营中涉及的主要环境污染物、主要处理设施及处理能力

公司主营业务为淋浴房、浴室柜、智能马桶、花洒等全卫定制产品及全景门、生态门、玻璃金属柜类等定制家居产品的研发、设计、生产及销售。根据《国民经济行业分类（GB/T4754-2017）》，公司所属行业为“C 制造业”中的“C2190 其他家具制造”，不属于重污染行业。公司也不存在被环保监管部门列入重点排污单位名录的情况。

截至本招股说明书签署日，公司及其子公司已经取得相关环保主管部门核发的排污许可证情况如下：

序号	持证主体	证书编号	有效期	发证机关
1	玫瑰岛	914420007946192698001V	2024.4.25-2029.4.24	中山市生态环境局
2	玫瑰岛科技	91440781MA515L1P2W001U	2021.8.26-2026.8.25	江门市生态环境局

公司始终重视环境保护问题，贯彻落实国家和地方政府环境保护相关法律法规，依法履行了环评批复、验收等手续。公司主营业务及主要产品，不属于重污染行业。报告期内公司未发生环境违法行为，同样未受到相关监管机构的处罚。

公司生产环节中的主要污染物为废气、废水、固体废弃物及噪声，上述污染物的主要处理设施及处理能力如下：

污染物类型	污染物明细	处理设施及方式	处理能力
大气污染物	调漆、喷底漆及晾干废气	经过净化系统处理后经烟囱排放	处理达标后排放
	打磨废气	收集后排放	
	开料、排孔、封边废气		
	其他废气		
废水污染物	生活污水	化粪池处理	正常排放
	水帘柜废水、喷淋废水	委托有处理能力的机构处理	处理达标后排放
固体废弃物	一般固废	委托相关单位回收	
	危险固废	委托有资质单位处理	
噪声污染	噪音	采取隔声、减振等降噪措施	-

二、行业基本情况

（一）发行人行业分类及确定依据

公司是一家主要从事淋浴房、浴室柜、智能马桶、花洒等全卫定制产品及全景门、生态门、玻璃金属柜类等定制家居的研发、设计、生产及销售的高新技术企业，主要产品包括淋浴房、浴室柜、智能马桶、花洒等卫浴产品及全景门等。根据国家统计局《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），

公司所处行业为“C 制造业”下第 21 大类“家具制造业”下第 2190 小类“其他家具制造”。

(二) 行业主管部门、行业监管体制、主要法律法规及政策

1、行业主管部门

公司所属行业市场化程度较高，无特殊的产品经营许可限制，行业管理采用国家宏观产业调控与行业协会自律管理相结合的方式。公司所属行业主管部门为国家发改委、工信部、国家市场监督管理总局，主要负责研究和制定产业政策和规划，并履行宏观调控管理、产品质量监督等行政职责：

序号	行业主管单位	监管内容
1	国家发展和改革委员会	制定产业政策，研究制定行业发展规划，指导行业结构调整，实施行业管理，参与行业体制改革、技术进步和技术改造、质量管理等工作。
2	工业和信息化部	拟订实施行业规划、产业政策和标准，监测工业行业日常运行，推动重大技术装备发展和自主创新等。
3	国家市场监督管理总局	负责市场综合监督管理，统一登记市场主体并建立信息公示和共享机制，组织市场监管综合执法工作，承担反垄断统一执法，规范和维护市场秩序，组织实施质量强国战略，负责工业产品质量安全、食品安全、特种设备安全监管，统一管理计量标准、检验检测、认证认可工作等。
4	全国工商联家具装饰业商会	由国内及国际家具、建材、装饰行业一批最具影响力的知名大企业及致力于行业发展的企业发起，是中国唯一涵盖家具、装饰建材、装饰装修、橱柜、卫浴、地板、门窗、饰品等整个家居产业链的全国性行业组织。

2、行业主要法律法规

序号	文件	实施/修订年份
1	《中华人民共和国商标法》	2019 年
2	《中华人民共和国产品质量法》	2020 年
3	《中华人民共和国安全生产法》	2021 年
4	《中华人民共和国消费者权益保护法》	2024 年

3、行业主要政策

序号	文件名	颁布单位	颁布时间	主要涉及内容
1	《关于做好 2025 年家装厨卫“焕新”工作的通知》（商办消费函[2025]29 号）	商务部等 6 部门	2025 年 1 月	提出补贴标准应不高于实际销售价格（剔除所有折扣和优惠后的价格）的 15%，居家适老化改造产品补贴标准可适度提高，应不高于 30%；要求各地优化补贴流程，加强资金监管等。
2	《零售业创新提升工程实施方案》	商务部等 7 部门	2024 年 11 月	鼓励家具、服装等领域打造“生产+平台+消费者”的平台型供应链，开展“个性定制

				+柔性生产+及时物流”，提供绿色家具全屋定制解决方案。
3	《轻工业稳增长工作方案（2023-2024 年）》	工信部、国家发改委和商务部	2023 年 7 月	提出实施家居产业高质量发展行动方案，开展智能家居互联互通发展行动，强化标准引领和平台建设，促进家用电器、家具、五金制品、照明电器等行业融合发展；推广柔性化生产、个性化定制、全屋定制等新模式。
4	《关于促进家居消费若干措施的通知》（商消费发[2023]146 号）	商务部、发改委等 13 部门	2023 年 7 月	家居消费涵盖家电、家具、家纺、家装等多个领域，是居民消费的重要组成部分，是人民对美好生活需要的直接体现。通过大力提升供给质量、积极创新消费场景、有效改善消费条件、着力优化消费环境四个方面、十一项措施，释放家居消费潜力，巩固消费恢复发展势头，增强消费对经济发展的基础性作用。
5	《扩大内需战略规划纲要（2022—2035 年）》	中共中央、国务院	2022 年 12 月	推动农村居民汽车、家电、家具、家装消费升级。
6	《推进家居产业高质量发展行动方案》（工信厅联消费[2022]20 号）	工信部、住建部、商务部、市场监管总局	2022 年 8 月	深入贯彻落实党中央、国务院关于促进消费相关决策部署，推动家居产业优化供给体系，提升供给水平，以创新驱动、高质量供给引领和创造新需求。提出培育知名品牌、高水平特色产业集群，通过高质量的供给促进家居品牌的高品质消费。
7	《2030 年前碳达峰行动方案》（国发[2021]23 号）	国务院	2021 年 10 月	加快推进绿色建材产品认证和应用推广，加强新型胶凝材料、低碳混凝土、木竹建材等低碳建材产品研发应用；推广绿色低碳建材和绿色建造方式，加快推进新型建筑工业化。
8	《住房和城乡建设部等 15 部门关于加强县城绿色低碳建设的意见》（建村[2021]45 号）	住建部、科技部、工信部等 15 部门	2021 年 5 月	加快推进绿色建材产品认证，推广应用绿色建材。
9	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》	全国人大	2021 年 3 月	加快建设现代化经济体系，加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。深入实施智能制造和绿色制造工程，发展服务型制造新模式，推动制造业高端化智能化绿色化。

10	《关于提振大宗消费重点消费促进释放农村消费潜力若干措施的通知》	商务部、发改委等 12 部门	2020 年 12 月	激活家电家具市场。鼓励有条件的地区对淘汰旧家电家具并购买绿色智能家电、环保家具给予补贴。

4、法律法规和政策对公司经营发展的影响

近几年，国家针对家具及用品行业及外销商品陆续出台了《零售业创新提升工程实施方案》《推进家居产业高质量发展行动方案》《扩大内需战略规划纲要（2022—2035 年）》等法律法规、指导性政策文件。指导性政策文件的出台也表明了国家刺激居民消费及推动家居行业发展的决心，为包括淋浴房在内的家居用品市场规模的稳定增长提供了有利政策环境，也进一步指明了行业向绿色环保、定制化等高质量发展的战略方向。

公司是一家专业从事淋浴房、浴室柜、智能马桶、花洒等全卫定制产品及全景门、生态门、玻璃金属柜类等定制家居的研发、设计、生产及销售的企业，所属行业为家具制造业。公司所属行业趋势与国内消费趋势、房地产周期较为相关，国家近年来积极鼓励居民消费，并结合消费补贴等多项政策的刺激，以及稳房价的各项措施的实施，为公司的稳定经营及持续发展营造了有利外部环境，有效促进公司的经营发展。

（三）行业基本情况

1、家装卫浴行业概况

（1）卫浴产品简介

随着人们生活水平的提高和消费理念的改变，人们对家居环境的要求日益提高。作为家居环境中最为私密的空间，卫生间的装修及配套与家庭生活品质息息相关，因此，卫浴产品也越来越受到广大消费者的重视，被广泛应用于家庭住宅、酒店宾馆、写字楼、商业中心等各类房屋建筑场所。

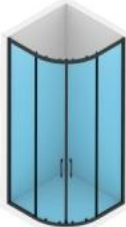
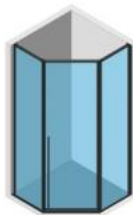
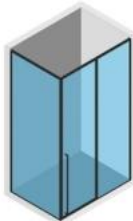
卫浴产品可以分为卫浴设施和卫浴配件两大类，卫浴设施主要包括淋浴房、浴室柜、浴缸、马桶等；卫浴配件主要包括花洒、龙头、地漏等。其中，淋浴房是公司最主要的产品。

淋浴房是由墙体及相应结构件组成的可实现淋浴干湿区域分离功能的一个卫生单元。作为单独的淋浴隔间，淋浴房通过充分利用室内一角，用五金、玻璃组成的围栏将淋浴范围清晰地划分出来，形成相对独立的洗浴空间，从而实现浴室功能的合理分区。

在功能上，淋浴房不仅具有淋浴功能，还能防止水溅，保持干湿分离、提高安全性、节省空间、增加美观度等。淋浴房能够提升人们的使用体验和改善心情，让卫生间变得更加舒适。

在款式上，淋浴房可分一字形淋浴房、扇形淋浴房、钻石形淋浴房、方形淋浴房、T 形淋浴房和异形淋浴房等，具体如下：

类型	具体介绍	图示

一字形淋浴房	所有玻璃都在同一水平线方向，它和卫浴间的三面墙体组合在一起，形成一个封闭的一字型淋浴房。	
扇形淋浴房	利用转角位形成独立的沐浴空间，适合精装小卫浴间，尤其是对于有老人的家庭较为适合，圆弧形有效减少磕碰，安全性较好。	
钻石形淋浴房	利用转角位形成独立的浴室空间，同样适用精装小卫浴间，它在充分利用墙角之余，还能够留出外部区域的通道。	
方形淋浴房	当卫浴间比较大时，可考虑使用方形淋浴房，它通常由两面相邻的墙或者是单独一面墙和玻璃组合而成一个方形的淋浴空间。	
T形淋浴房	将淋浴房一分为二，通常会将其一侧作为淋浴区，而另一侧则用来布置马桶或其他卫浴设备。	
异形淋浴房	除了上述形状外，玫瑰岛还可以根据实际环境，量身定制异形淋浴房。	

(2) 淋浴房行业发展概况

现代卫浴制造业起源于 19 世纪中期的美国和德国等国家。经过了一百多年的发展，欧美等地的卫浴产品发展技术工艺逐渐成熟，管理和技术工艺均处于较高水平。2000 年以来，中国卫浴行业迎来迅猛发展期，卫浴产品的产量及质量、设计水平及工艺水平均得到快速提升，产品也逐步受到国内外消费者的青睐。

上世纪 70 年代至 90 年代初期，外资品牌凭借品牌及设计等优势，占据了大部分高档酒店、写

字楼、住宅等市场。从 20 世纪 90 年代中后期开始，我国城镇化稳步推进，居民卫生消费习惯和品质不断提升，人们对卫浴空间整洁舒适体验感的要求也进一步提高，卫浴产品呈现多样化和个性化的特征，整体市场呈高速增长态势。与此同时，众多本土卫浴企业也发展崛起。随着国家不断优化调整产业结构，推进深化供给侧结构性改革，鼓励传统制造业进行产业优化升级及战略转型，由“中国制造”转向“中国智造”。自此卫浴行业加速洗牌，步入品牌集中化阶段，箭牌、惠达、九牧、玫瑰岛等一批本土卫浴品牌逐渐发展为全国性品牌。近年优秀的国内本土卫生洁具品牌产品力明显提升，产品持续从中低端逐渐向高端领域延伸，市场占有率和品牌影响力持续扩大。

淋浴房作为卫浴产品中较为重要的产品，在上世纪 90 年代从意大利、德国等国引入我国消费市场。随着消费者对于淋浴房认识的加深，90 年代中期淋浴房开始在我国沿海地区盛行，同时孕育出一批具备研发、生产能力，并以自主品牌销售的专业淋浴房企业。随着居民生活水平的不断提高以及卫生意识的持续增强，依托简单便捷、干湿分离等独特优势，淋浴房开始受到消费者的认可，市场需求快速增长。

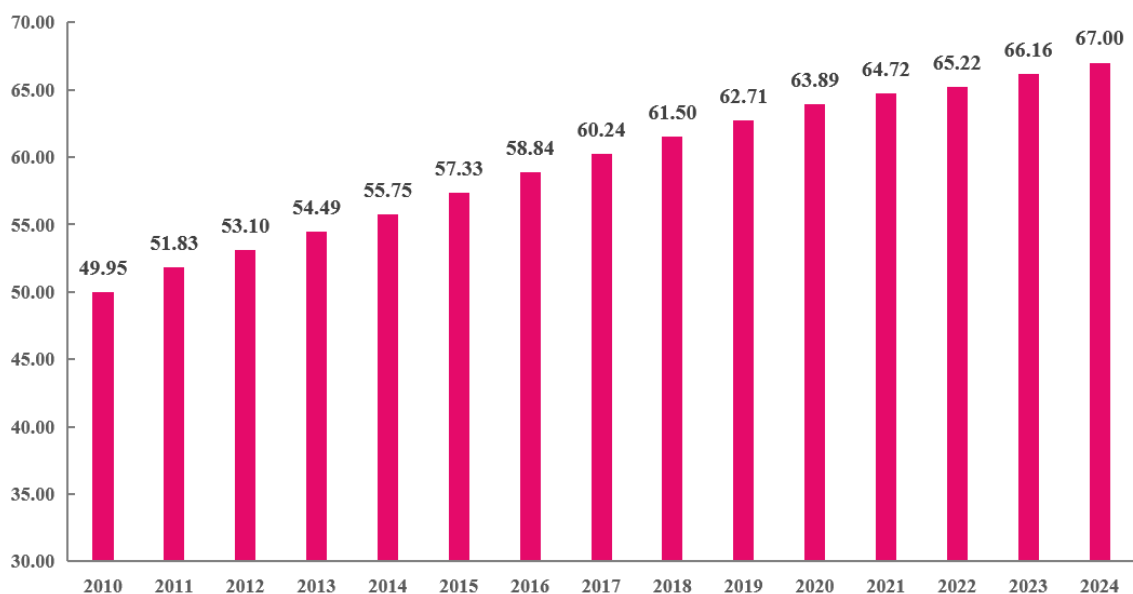
经过多年的发展，国内头部浴房企业已开始建设并树立品牌形象、提升市场份额和市场地位，并在中山、佛山、萧山等地形成了产业集群。头部淋浴房企业亦逐步摆脱单品模式，根据各自市场定位、设计理念拓展了浴室柜、全景门、卫浴配件等产品，逐步发展成为以卫浴空间为中心，提供全套卫浴方案的企业。

2、行业发展的态势

（1）城镇化仍是行业发展的主要驱动力

2010 年-2024 年，我国城镇化率从 49.95%提高至 67.00%，城镇化率已达到三分之二。随着城镇化率不断提高，我国城镇化已进入快速发展阶段的后期，未来增速预计将进一步放缓，但综合来看城镇化动力依然很强，与国外发达国家的 80%城镇化率相比，我国城镇化还有一定的空间。

2010-2024年我国城镇化率（%）



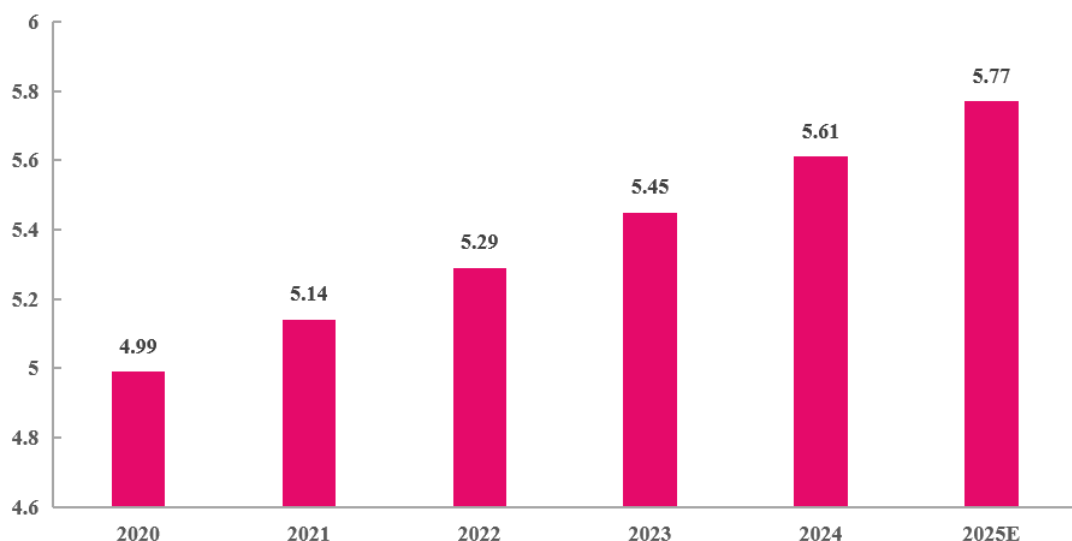
数据来源：国家统计局

未来实施都市圈培育是国家重要的战略方向，依托中心城市辐射带动周边市县共同发展的都市圈，将是人口流向的重点区域，有助于促进大中小城市协调发展，形成一体化梯次格局。随着城镇化的推进，城乡之间的人口流动将更加频繁、要素配置将更加合理，农村居民人均可支配收入与城镇居民的差距不断缩小，城乡融合发展将进一步深化，形成城乡互补、全面融合、共同繁荣的新型城乡关系。

新型的城市化带动的房地产建设需求，以及农村人口生活水平提升带动的家装需求，将带动淋浴房等家居产品市场规模的增长。

（2）家居行业市场趋势

2020-2025全球家居用品市场规模（万亿元）



数据来源：尚普咨询、中金企信国际咨询

近年来，全球家居用品市场规模呈现出稳步增长的态势。从 2020 年的 4.99 万亿元增长至 2024 年的 5.61 万亿元，年均复合增长率约为 2.9%。这一增长趋势主要得益于全球经济的逐步复苏、居民收入水平的持续提高以及消费频次的不断提升。展望未来，随着全球经济进一步回暖，居民收入的稳定增长以及消费习惯的持续优化，全球家居用品的消费需求预计仍将保持稳健增长，展现出良好的市场前景，预计全球家居用品 2025 年的市场规模将进一步扩大至 5.77 万亿元。

近年来，中国家居行业市场规模总体保持了增长态势。然而，2022 年受到外部环境等因素的影响，市场规模出现了一定程度的波动，当年市场规模为 1.38 万亿元，同比下降 4.19%。

2020-2025 中国家居用品市场规模（万亿元）



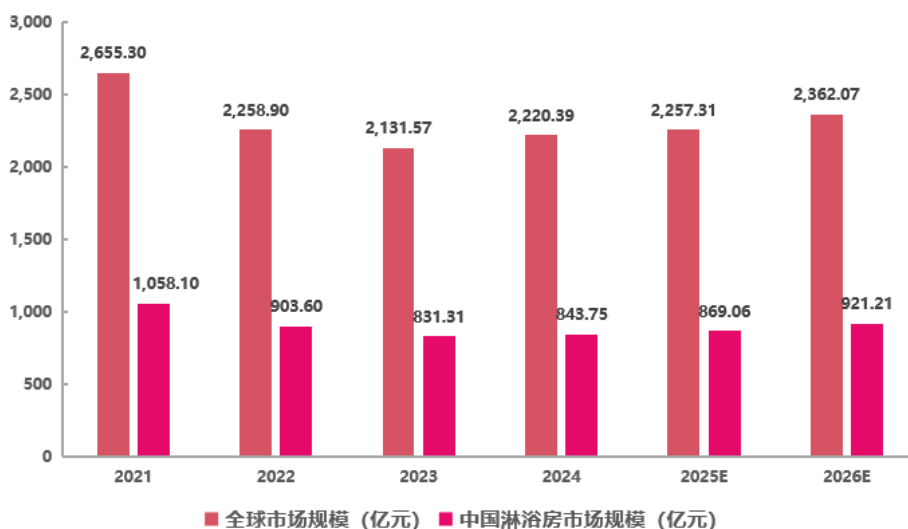
数据来源：尚普咨询、中金企信国际咨询

自 2023 年以来，国家不断出台政策刺激和释放消费潜力，推动家居产业需求持续增加。在此背景下，家居市场规模止跌回升，2023-2024 年市场规模分别达到 1.43 万亿元和 1.47 万亿元，呈现出良好的复苏态势。预计我国家居用品 2025 年的市场规模将进一步增长至 1.51 万亿元。

随着我国房地产市场逐渐从增量开发转向存量运营，存量房时代已然到来。在此背景下，旧房翻新、二手房二次装修等需求不断涌现，已成为推动家居装修市场发展的重要力量。受此积极影响，包括卫浴产品在内的家具用品整体市场规模呈现出稳定增长的良好态势。

（3）淋浴房市场趋势

全球及中国淋浴房市场规模（亿元）



数据来源：尚普咨询

随着人口老龄化加剧和人们以健康、舒适为核心的消费观念提升，人们越来越重视个人健康和舒适度，淋浴房能够提升人们的使用体验和改善心情，市场需求不断提升。尚普咨询数据显示，2022年全球淋浴房行业市场规模 2,258.9 亿元，2026 年有望达 2,362.1 亿元，预计未来中国继续成为全球淋浴房的主要增量市场。

2022 年中国淋浴房行业市场规模达 903.6 亿元，预计 2026 年有望达 921.2 亿元。虽然近两年中国房地产市场整体表现较为低迷，但从全国住宅存量来看，房龄超过 10 年的房子有较为较多的翻新、改装需求，预计未来中国淋浴房市场的主要增量可能来自于旧房翻新、改装以及新房建设等方向。

卫浴空间作为家庭最重要的空间之一，消费者对其的消费需求不再局限于功能性，逐步倾向于个性化、风格化发展；除家庭住宅外，淋浴房产品还广泛运用于酒店、民宿等房屋建筑中，随着经济发展和居民收入水平的不断提高，消费者对空间布局、风格样式、设计参与感、品牌文化内涵、健康环保等因素的关注度也日益提升，淋浴房行业也呈现出新的机遇和趋势：

1) 主力消费人群更替，推动全卫定制成为行业重要发展趋势

波士顿咨询公司和阿里研究院合作发布的《中国消费趋势报告》报告指出，我国出生于 80、90、00 年代的消费者在中国城镇 15-70 岁人口比例在 2020 年达到 46%，消费占比达到 53%，已发展成为中国消费市场主导力量。针对家居消费市场而言，据《2024 年中国家居家装行业发展研究报告》显示，家居消费群体中 80 后、90 后人群占比高达 76.5%。

淋浴房的主力消费群体正在快速变更为 80 后、90 后人群，该群体对定制家居的偏好程度更高；同时，该群体尤其是中高端年轻消费群体对产品的选择不再局限于淋浴房产品的性价比和功能性，

而对其装饰性、安全性、环保性、时尚性、科技感等方面均提出了更高的要求，追求更加舒适安全的使用体验；该群体对室内装修设计的参与度较高，更加注重卫浴空间的产品风格的统一，淋浴房、浴室柜、壁龛等不同产品的同风格同色系的套系化设计更能凸显消费者个体的品位和风格。因此，未来具备雄厚原创设计实力、覆盖不同产品类别、在信息化和柔性生产等方面具有优势的品牌企业将有望赢得更多消费者的青睐，市场份额进一步增长，从而不断做大做强。

2) 市场集中度较低，行业优势企业发展空间较大

从行业格局来看，淋浴房行业属于劳动密集型产业，叠加进入门槛相对较低，低端产品市场竞争激烈，同质化现象严重，整体市场的集中度较低，“大行业、小企业”特征鲜明。随着消费者对淋浴房品牌的认知与品牌消费意识逐渐提升，行业领先企业依托于其在规模化生产能力、设计创新实力、品牌建设、产品品类、销售渠道、数字化运营服务能力等方面较为明显的领先优势，将推动行业市场集中度持续提升。同时，在低端市场，我国淋浴房行业的中小企业居多，普遍存在设备技术落后、环保设施尚未完善、同质化严重等现象，随着行业标准的进一步规范，将持续推动行业中小企业的优胜劣汰，加速中小企业产能的出清。

3) 大规模、柔性化定制生产与信息化运营管理成为市场竞争关键点

淋浴房产品必须根据卫浴空间的结构、尺寸和布局进行定制化设计，同时消费者在风格、样式等方面的个性化需求日益增长，产品订单具有显著的零散化、非标准化特征，因此，对企业依靠以计算机数控机床为主的具有高度柔性的制造设备来实现多品种、小批量生产的柔性化生产能力提出了较高要求。同时，对不同需求的及时响应，是吸引客户并增强客户粘性的关键环节，因此通过搭建全面的信息化系统形成贯穿研发设计、采购、生产、营销、服务等全流程的运营管理能力是保障企业经营效益以及扩大客户群体、增强市场竞争力的又一重要维度。

4) 大宗业务销售渠道不断扩张

经过行业近 30 年的发展，淋浴房已经发展成为家庭装修的刚需产品。近年来我国精装房市场快速发展，多地出台政策，要求房地产开发商实现精装房交付，更多的地产开发商开始将淋浴房纳入战略集采，选择优质的头部淋浴房企业进行合作。紧随其后的是，国内头部的酒店连锁企业比如华住等，也将淋浴房开始纳入战略集采，大宗业务渠道的不断扩张成为行业的重要增长点。

(四) 行业技术情况

1、行业技术水平及技术特点

国内淋浴房行业起步较晚，整体产品设计水平、研发实力相对国外知名企业仍有一定的差距。尽管近年来部分领先企业通过技术引进和自主研发实现了显著突破，但整体技术水平仍与国外高端品牌存在差距。多数中小企业因研发投入不足、生产装备落后，仍以生产中低端产品为主，依赖模仿和代工模式，缺乏自主创新能力。但目前行业中已出现部分企业通过技术及设计先行，打造专有

品牌属性，走出中国淋浴房企业之路。目前，行业呈现“两极分化”格局：头部企业通过优秀的设计、优秀的质量、环保化技术占据高端市场，而大量中小企业在低端市场同质化竞争。

2、行业技术发展趋势

（1）注重产品技术和系列化设计

得益于淋浴房相较浴缸在狭小空间上更好的灵活度，以及对空间通透感的提升，淋浴房在国内成为了浴室装修的首选。随着居民生活水平的提高，消费者除了关注淋浴房的品牌及外观外，对产品的质感、对整体空间氛围等提升均提出了更高的要求，例如不留水迹、不回弹、超静音等需求，对厂家的技术提出了更高的要求。空间氛围的提升，较为考验厂家的设计能力、对材质的选择，同时还要兼顾环保及安全。此外，淋浴房已突破单一产品的属性，部分消费者可能将浴室作为独立空间进行全案定制，整体考虑淋浴房、浴室柜、五金配件等的风格统一性。

未来，具有较强研发和技术创新能力的淋浴房企业将获得较好的发展，逐步由大众化向个性化方向转型。同时，相关企业通过打造品牌属性及风格，推出系列化设计及产品，发展成以淋浴房为空间核心的卫浴品牌。

（2）生产线智能化、自动化

由于淋浴房产品生产具有种类多、型号多、批次多的特点，目前行业内多数企业的数字化和自动化程度依旧较低。随着工业互联网技术的发展、行业内企业规模的不断扩大以及人力成本的不断增高，企业将逐步向生产智能化、自动化转型，通过使用自动化生产设备、智能化生产管理系统、立体仓库及 AGV 等设备，扩大产能、降低成本、提升产品质量，将传统的工艺与自动化、智能化设备系统有效结合，向“智能制造”方向发展。

（3）注重安全舒适

随着人们环保、健康意识的提高，对淋浴房产品的性能提出了更高的要求，淋浴房产品是否绿色环保和安全舒适日益成为消费者主要关注的问题，边框防滑处理、密封性优化、清洁简易等细节技术也被重点关注。消费的需求推动企业对产品原材料和工艺提出了较高的要求，使行业往更高质量的方向发展，一定程度上将淘汰落后生产工艺和推动产业转型升级。

（五）主要壁垒

（1）研发与设计壁垒

随着经济发展和主要消费群体的变更，消费者对淋浴房的要求不再局限于耐用性，而是更关注其安全、易洁、封水、顺滑、静音等性能，唯有在淋浴房领域较长时间研发投入、积累生产制造经验才能形成自身的研发和生产优势。同时，我国南北气候条件差异较大，淋浴房产品不断推陈出新的过程中，需要综合考虑不同地区气候条件等因素，因地制宜地对五金、胶条等配件产品进行配套研发设计。行业新进入者通常难以深刻理解不同性能、环境对产品设计和生产的要求，没有相应技

术的积累，无法在激烈的市场竞争中短期内快速抢占市场份额。

同时，消费者个性化需求日益强烈，对淋浴房的功能性、装饰性、时尚性、科技感等方面均提出了更高的要求。淋浴房的研发设计生产过程除了需要充分满足消费者的个性化喜好与需求外，品牌内涵、工艺、色彩、文化、时尚理念等元素的融合创新运用亦是实现创新、增强消费粘性的重要关键点，淋浴房厂商必须具备丰富的技术储备以及较强的市场信息收集能力、研发设计能力和新产品开发能力。对于行业内部分中小企业以及新进企业，受品牌知名度等因素的影响，难以构建具有相应能力的设计团队，难以满足消费者需求，因此，本行业具有较高的研发与设计壁垒。

（2）供应链与生产管理壁垒

淋浴房具备消费品属性，产品风格、样式等随着市场需求、消费导向而改变，与之配套的玻璃、五金、胶条等主要组件也会随之调整。同时，淋浴房等卫浴产品具有规格型号多、订单分散、供货交期短等特点，对行业内企业在库存管理、供应链优化管理等方面的要求较高，行业新进入者在供应商选择、备货管理等方面缺少积累和经验，难以通过供应链管理取得成本优势。

淋浴房产品与家庭卫生间面积、格局等直接相关，其个性化定制特点突出，企业需充分结合不同消费者的房屋设计建造风格、房屋尺寸、个性化需求等进行“量身定制”，产品订单存在“多品种、小批量、多批次”的特点，难以实现流水线标准化生产。在快速完成产品设计以满足不同消费者的个性化需求的同时，企业要兼顾生产效率与产品质量，以保证产品能保质保量、及时地交付，这要求企业具备柔性化生产能力；此外，地产等大宗业务、境外品牌的 ODM 业务均对企业大批量交付的生产能力提出了更高的要求。而柔性化生产、大规模生产能力的建设需要企业投入大量的资金购买生产设备，并搭建较为完善的信息化系统以提升生产效率，行业新进入企业难以在短时间内完成上述设备、信息化系统的合理、科学搭建，是其发展面临的重要壁垒。

（3）渠道壁垒

国内淋浴房企业的销售渠道主要有经销商、大宗业务、出口业务等，不同销售渠道的建设需要具备不同的资源和能力，需要企业具备强大的支持体系，对企业的人才团队、订单管理、产品配送、经销商管理及售后服务等诸多方面均有较高的要求。

在经销模式中，淋浴房产品对现场实测、方案沟通、安装、售后等服务的要求较高，为及时响应全国各地消费者的需求、搜集市场关键信息并为产品创新提供方向、更好地传递品牌理念，以经销商为主的销售服务网络建设是业内企业扩大销售规模、赢得市场的重要环节。搭建并运营广泛且稳定的销售服务网络需要业务企业具有品牌感召力、产品吸引力，还需要大量人力、财力的持续性投入，卫浴企业与经销商之间一般采用同类产品独家经销的模式，现有企业与经销商在长期合作中已经形成了良好的合作关系，行业新进入者难以在短时间内搭建起覆盖全国的销售服务网络，是行业重要壁垒之一。

在大宗业务模式中，随着精装修房屋交付逐渐成为地产企业的交付标准，地产企业正在成为淋

浴房的重要客户，大宗业务渠道销售占比越来越高。目前国内房地产开发行业集中度相对较高，为保持产品品质和供应的稳定以及品牌声誉，地产企业对其供应商通常也有严格的资质认证程序。品牌知名度高、质量好、产能充足的淋浴房企业可以与各大地产企业建立良好的战略合作关系，获得稳定的订单。新进入企业由于产品品质和供应保障方面存在较大的不确定性，较难抢占现有企业的客户资源，从而形成客户壁垒。

在出口业务模式中，欧美等国家或地区的知名卫浴品牌商在选择供应商前，通常对供应商资质有严格的审定程序，在审定过程中会对供应商的生产管控、质量管理、售后服务、订单快速响应能力、全球供应能力甚至经营状况等多个方面提出严格要求。供应商一旦通过资质审定，将被纳入到上述企业的供应链体系，双方结成较为长期、稳定的战略合作关系。同时，在既定的产品标准和合作要求下，品牌商更换供应商的转换成本通常较高。因此在形成长期稳定合作关系后，客户一般不会轻易更换供应商。新进入企业短期内难以完成质量认证，在产品品质和供应保障方面存在较大的不确定性。因此，新进入企业较难抢占市场中现有企业的境外品牌客户资源。

（4）品牌壁垒

淋浴房行业的市场化程度较高，中小企业数量较多，低端产品同质化现象严重，市场竞争较为激烈，产品的品牌效应对于消费者在产品的选择上具有一定的引导性。品牌力是企业形象、品牌理念、研发设计实力、产品品质、服务水平等方面的综合体现，品牌力的建设过程中，企业需要在保证产品高质量的基础上，辅以长期持续的资金投入、营销宣传，短期内难以获得消费者的广泛认可，是新进入企业面临的重要壁垒。

（5）产品质量壁垒

淋浴房是家居生活的重要组成部分，消费者对其既有功能性的要求，也越来越关注其装饰性。在功能性方面，淋浴房的使用环境较为复杂，对其耐腐蚀性、安全性、易洁性等方面都有严格的要求；在装饰性方面，淋浴房整体及五金、铝型材等配件的光亮度、清洁度、饱满度等指标对产品指标均具有较大影响。淋浴房的功能性和装饰性直接影响着消费者的使用体验甚至人身安全，进而影响相关产品的市场认可度和销量。因此，为严格控制相关产品质量，知名淋浴房品牌企业对生产过程管理、质量体系认证、产品质量、产品研发实力、量产能力等方面均制定了一套严格的执行标准和要求。新设企业由于缺乏历史业绩和产品质量口碑，短期内又难以达到质量认证体系的产品质量要求，难以参与淋浴房市场尤其是中高端淋浴房市场的竞争。

（六）行业特有的经营模式、周期性、区域性或季节性特征

（1）行业特有的经营模式

国内零售及大宗业务，由于客户的浴室尺寸各异，即使标准化的商品房因为装修施工误差、墙体粉刷厚度等原因，导致每户所需的淋浴房尺寸有所差异。因此，淋浴房企业均采用“按订单生产”的模式，但可以根据预测的需求量提前生产或采购标准的五金零部件。此外，由于淋浴房定制化程

度较高，相关企业主要以线下经销为主的模式进行销售。出口业务方面，国外房屋多采用装配建设，产品订单具有标准化、大批量的特点。

（2）周期性

淋浴房行业自身的生产经营并不具有明显的周期性，其主要应用于住宅装修领域，与房地产市场住宅销售量、商用商品房成交量和二手房交易量存在密切关联性。因此，淋浴房行业受房地产市场波动周期的影响较大，具有一定的周期性。同时，居民收入增长及消费升级带动的存量房二次装修需求提升等因素，在一定程度上削弱了新房市场波动对淋浴房行业的影响。

（3）区域性

消费端，淋浴房产品的需求与经济发展状况、居民收入水平、城镇化进程、居民消费观念等密切相关，由于国内区域经济和社会发展不均衡，淋浴房行业在消费上具备一定的区域性特征。中高端的淋浴房产品，在较为发达的一二线城市需求量较大。

生产端，目前我国淋浴房行业逐步形成了中山、佛山、萧山三大产业基地，上述产业基地依靠完善的配套设施、丰富的供应商资源以及发达的物流体系，占据了淋浴房行业的大部分市场份额。尤其是中山产区，占据了 70% 的高端淋浴房市场份额，因此，淋浴房行业在生产上具备明显的区域性特征。

（4）季节性

淋浴房主要面向终端消费者、房地产开发企业、境外品牌等客户。淋浴房行业呈现出一定的季节性特征：面向终端消费者的零售业务，上半年受第一季度寒冷气候和春节假期影响业务量相对较少，下半年，特别是国庆节至元旦前是国内家居市场交易高峰；面向房地产开发企业的大宗业务，受工程项目行业结算验收惯例影响，大宗业务客户通常于第四季度，尤其是年末向业主集中交付精装修房屋。

（七）行业面临的机遇与挑战

1、行业面临的机遇

（1）经济持续增长和城镇化进程为行业提供广阔的市场空间

随着我国经济的增长，国民收入的提高，城乡居民消费能力也不断提高。根据国家统计局的资料显示，2001 年至 2024 年我国人均国内生产总值从 0.87 万元增长到 9.57 万元，城镇居民人均可支配收入从 0.68 万元增长到 5.42 万元。收入水平的增长提高了我国居民对淋浴房等卫浴产品的消费能力，进一步提升对定制化的需求。随着国民收入水平的持续提高，我国淋浴房市场仍有较大的市场空间。

淋浴房市场的快速发展与我国城镇化进程密不可分，主要原因系城镇人口收入水平较高，购买

力较强，城镇人口的增加直接提升了对房屋住宅、家具添置换新的需求。同时，城镇人口对于家居产品的个性化、多元化以及健康环保方面有着相对更高的要求，推动定制家居行业市场的健康发展。根据国家统计局的统计数据，2024 年我国城镇化率为 67%，整体处于稳步增长态势。目前，我国城镇化率仍与韩国、美国、英国、日本等发达国家存在较大差距，我国现阶段仍具备较大的城镇化发展空间。根据《国家人口发展规划（2016—2030 年）》，到 2030 年我国城镇化率将达 70%。因此，在我国城镇化进程稳步推进等宏观利好因素的驱动下，淋浴房市场规模将不断增长。

（2）产业政策的引导和大力扶持有利于行业持续发展

近年来，我国政府相继出台一系列政策，从产业链、销售市场、生产端等不同维度为淋浴房行业营造了良好的政策环境，助力行业健康、快速发展。从产业链来看，淋浴房行业属于“地产后周期”行业，其市场需求与房地产市场发展状况息息相关。近年来，国家密集出台的一系列政策，尤其是 2020 年以来，中央多次重申“房住不炒”，旨在促进房地产市场平稳健康发展，更好满足居民刚性和改善性住房需求，推动消费者改善居家环境的需求进一步释放，助力淋浴房市场加速发展。

国家相关部门出台多项政策刺激家居消费需求，商务部等 12 部门印发了《关于促进家居消费的若干措施》，提出从大力提升供给质量、积极创新消费场景等方面措施促进家居消费。随着科技的发展以及居民对生活质量的美好追求，新一代消费群体对定制家居的偏好程度更高，对产品的选择不仅局限于产品性价比和产品功能性，更加追求时尚、崇尚个性，在政策的催化下，高品质、绿色环保、高度个性化的定制家居产品受到越来越多消费者的青睐。

（3）存量房再装修市场持续增长，为定制家居市场发展注入新动力

近年来，在我国政府对房地产市场实施政策调控的背景下，房地产增量市场发展放缓。以超大城市为首的一线城市商品房市场正在逐步向存量市场过渡，未来二手房交易和户内翻修拉动的家居和家装需求占比将不断提升。该部分消费者对于品牌美誉度、产品质量、个性化设计等方面的重视度更高。在此情景下，品牌形象的塑造、与目标客群相匹配的好产品与好价格、多渠道获取相对低价流量的能力将成为存量房在装修市场的关键。根据国家统计局公布的数据，自 2001 年商品房改革至 2024 年末，我国商品房累计销售面积已达 254.72 亿平方米，存量商品房的规模较大。根据我国居民的装修习惯，首次装修后的 8-10 年将进行二次装修。

（4）精装房市场快速发展，进一步提升行业优势企业规模效益

精装房将房屋的装修环节提前至房屋交付前，促使地产开发商通过与房屋装修市场供应商紧密合作进行产业链整合而成为精装市场主要参与者，淋浴房等卫浴产品作为精装房的重要组成部分，精装房市场为其带来了成批量的需求，有助于具有品牌、品质、产能等综合优势的头部企业获得该市场的订单。随着精装修理念在广大消费者中逐步普及，精装房市场迈入快速发展阶段，根据奥维云网的统计数据，近年来我国精装修住宅市场高速发展，2019 年以来，我国精装修模式渗透率持续上升，2024 年我国精装修模式渗透率达 33%，相比北美、欧洲和日本等发达国家 80% 以上的精装普

及率，我国精装房市场仍有广阔增长空间。

（5）超大城市城中村改造，带来增量市场

为进一步改善人民群众的居住条件，促进房地产市场健康发展，我国不断加强保障性住房及棚户区改造的建设力度。2016年2月，国务院发布的《关于进一步加强城市规划建设管理工作的若干意见》中指出，需大力推进城镇棚户区改造，稳步实施城中村改造，有序推进老旧小区综合整治、危房和非成套住房改造，到2020年，基本完成现有的城镇棚户区、城中村和危房改造。2021年12月，中央政治局会议要求推进保障性住房建设，支持商品房市场更好满足购房者的合理住房需求，促进房地产业健康发展和良性循环。《2022年政府工作报告》指出，坚持房子是用来住的、不是用来炒的定位，探索新的发展模式，坚持租购并举，加快发展长租房市场，推进保障性住房建设，支持商品房市场更好满足购房者的合理住房需求，稳地价、稳房价、稳预期，因城施策促进房地产业良性循环和健康发展。根据住建部官网披露，“十四五”期间，全国40个重点城市计划新增保障性租赁住房650万套（间），如果按每套70平方米估算，预计将新增4.5亿平方米新建住房需求。政府主导下的保障房和棚户区改造不同于商品房市场，受房地产调控政策的影响较小，在国家不断推进住房制度改革的大背景下，相关住宅批量精装修将成为另一大稳定增长点。

（6）住宅销售体量仍较大，为定制家居市场需求提供重要保障

根据国家统计局公布的数据，2024年新建商品房销售面积9.74亿平方米，虽然较2021年下降37.76%，但总体销售体量仍高于其他国家及地区。

2020年以来，中央多次重申“房住不炒”，住房的居住属性愈发凸显，推动消费者改善居家环境的需求进一步释放，助力定制家居市场加速发展。与此同时，前期房地产市场的快速发展将房价整体推向高位，促使小户型住宅成为越来越多人的选择。根据万科企业股份有限公司的《2019年年度报告》，在万科集团2019年销售的商品房中，144平米以下的中小户型的销售占比达到91.20%。中小户型住宅对空间利用率具有更高的要求，与定制淋浴房等定制家居的特点十分契合，叠加消费群体愈发追求时尚、崇尚个性的消费特质，为定制家居市场需求稳步增长提供重要驱动力。

综上，国家有关产业政策为淋浴房行业的发展提供了良好的政策环境。

2、行业面临的挑战

（1）行业竞争秩序有待加强

国内淋浴房的市场化程度较高，叠加淋浴房行业仍属于劳动密集型产业，进入门槛相对较低，生产企业数量众多，除部分规模、实力突出的企业外，大多数企业规模较小，整体设计及研发投入不足，自主创新能力和知识产权意识较为薄弱，产品设计研发以模仿、抄袭为主，低端产品同质化情况严重，企业之间主要以价格竞争市场份额，对淋浴房行业的健康发展造成了一定的不利影响。

（2）原材料价格波动和人工成本上涨

淋浴房采购的主要原材料为玻璃、铝材、五金等。玻璃属于玻璃制造行业的下游产品，铝棒、五金则属于金属冶炼加工行业的下游产品，行业内公司的主要原材料价格受玻璃原片、铝等大宗商品价格影响较大。近年来，大宗商品价格呈现一定波动，在一定时间段内影响了淋浴房的成本和企业的盈利能力。

此外，随着我国经济的不断发展，劳动力成本持续提升，进一步加大了企业经营的成本压力，由此对淋浴房行业的成本控制以及精细化管理水平都提出了更高的要求。

（3）国际贸易摩擦及全球贸易不确定性

2018 年以来，美国挑起针对中国及部分其他国家的贸易争端，全球贸易保护主义有所抬头。美国对中国大量产品加征关税，征税清单中包含众多卫生洁具、家具产品及其零部件，同时美国对我国的橱柜、浴室柜产品征收反倾销税、反补贴税。以美国为代表的北美市场是中国卫浴洁具的重要出口市场之一，贸易摩擦及关税加征提高了相关产品的流通成本，削弱了中国产品的市场竞争力，对淋浴房行业的发展带来了较大的负面影响。

（八）发行人的竞争情况

1、行业竞争格局

我国卫浴行业内的公司目前可以分为三大类，分别为国际品牌卫浴商、国内品牌卫浴商、其他中小卫浴商。其中，国际品牌卫浴商主要为以科勒（Kohler）和摩恩（Moen）为代表的美国品牌；以杜拉维特（Duravit）、高仪（Grohe）、乐家（Roca）和汉斯格雅（Hansgrohe）为代表的欧洲品牌；以东陶（TOTO）、伊奈（INAX）等为代表的亚洲品牌；国内品牌卫浴商主要为九牧卫浴、箭牌家居、恒洁卫浴、惠达卫浴、玫瑰岛等国内品牌；中小卫浴品牌主要以区域性中小企业为主。

具体到淋浴房细分领域，由于淋浴房定制化程度高，对实地测量、安装和售后等服务的要求严格，相对国外品牌而言，国内品牌具有一定本土优势。同时，淋浴房行业仍属于劳动密集型产业，叠加进入门槛相对较低，行业内参与者众多且良莠不齐，产品同质化严重，竞争较为激烈。由于淋浴房属于耐用消费品，客户消费频率低，目前部分中小企业可能通过压缩服务成本进行低价竞争。但随着行业逐步成熟，产品标准化程度不断提升，头部品牌企业在产品设计、渠道建设、柔性生产能力等领域的布局优势将愈发突出，行业内的中小产能将逐步出清，行业集中度将提高。

2、行业内的主要企业

目前，淋浴房细分行业暂无可比上市公司，公司主要直接竞争对手的相关情况如下：

序号	公司名称	公开信息
1	佛山市理想卫浴有限公司	成立于 1995 年 11 月，注册资本 2,000 万元，位于广东省佛山市，专门从事淋浴房的设计、制造。
2	莎丽科技股份有限公司	成立于 1999 年 3 月，注册资本 6,300 万元，位于广东省中山市，主要生产和销售淋浴房、全景门、护栏。

3	中山莱博顿卫浴有限公司	成立于 2009 年 6 月，注册资本 6,633.96 万元，位于广东省中山市，主要从事淋浴房、全景门的研发、设计、生产和销售。
4	朗斯家居股份有限公司	成立于 2006 年，注册资本 5,000 万元，位于广东省中山市，主要从事淋浴房、全景门的研发、设计、生产和销售。

3、公司产品的市场地位

公司是国内较早进入淋浴房行业的企业之一，公司持续创新以“金属+玻璃”为主要材质的定制卫浴产品，公司产品设计兼顾了实用功能与美观外形，多次获得德国红点设计奖、德国 IF 产品设计奖、美国 MUSE 设计金奖、意大利 A'设计大奖、红棉设计奖、沸腾质量金奖等奖项。经过近 20 年的产品研发、市场培育、品牌运营，公司已经成为国内淋浴房行业头部企业，在国内市场拥有良好的品牌美誉度。在零售业务方面，公司 2022 至 2024 年连续被红星美凯龙评为定制卫浴榜 No.1。在大宗业务方面，根据中国房地产业协会发布的《2025 房建供应链企业综合实力 TOP500-首选供应商服务商测评研究报告》，玫瑰岛以 11%的品牌首选率，位列室内全景门第一。

4、公司竞争优势

（1）渠道均衡发展优势

报告期内，公司零售业务、大宗业务、出口业务多元发展，收入结构均衡，公司将继续坚持“零售+大宗+出口”齐头并进的可持续发展战略，降低单一渠道的不利变化对公司整体的影响程度，强化抗风险能力。

① 经销商综合运营服务优势

其中，经销商渠道主要指授权在传统家居卖场开设门店的经销商销售公司产品。淋浴房产品依赖于重度服务，对实地测量、安装和售后等服务的要求严格，经销商凭借其在当地的资源优势，成为淋浴房企业的重要销售渠道。截至 2024 年 12 月 31 日，公司拥有近 700 家经销商，覆盖中国 30 个省、自治区和直辖市。公司建立起覆盖广泛、运营高效的经销商网络，并与红星美凯龙、居然之家、喜盈门、欧亚达等中高端家居连锁卖场达成紧密合作关系。公司拥有一支经验丰富的运营支持培训团队，通过公司自建商学院平台进行系统性教学、鼓励经销商相互交流，持续为经销商赋能，提升经销商网点的服务人员的自身素质与技能，为消费者提供高质量的服务，为公司树立良好的口碑；公司始终秉持合作共赢的经营理念，激励经销商持续创造价值；同时，公司根据其所在地的居民消费水平、文化习惯、竞争对手等地区特点，为不同的经销商制定针对性的帮扶策略，使得经销商门店的选址和营销策略等运营决策更为科学合理，进而使公司产品能更好地满足当地消费者的需求。经过多年的努力，公司建立了较为突出的经销商渠道的综合运营服务优势。

②优质的客户资源

公司在大宗、出口等渠道拥有丰富且优质的客户资源：随着精装房渗透率快速提高，房地产公司和各地装修公司成为淋浴房企业重要的商业客户，大宗渠道崛起，公司凭借良好的产品质量、长期稳定的生产能力以及快速响应的客户服务，与中海地产、招商蛇口、保利发展等国内知名房地产

开发企业保持深度合作关系；同时，公司与华住集团达成战略合作并成为其指定供应商，开拓了酒店客户，逐步拓宽大宗业务客户群体。广东省中山市是国内三大淋浴房生产基地之一，中山淋浴房区域知名度高、产业集群能力强、上下游供应链完整，形成了十分成熟的产业链，吸引了国际知名品牌的青睐，凭借供应链优势、产品 and 设计优势，公司以 ODM 及少量 OEM 模式为 ABG、KOHLER、MERLYN、BATHROOM 等国际知名卫浴企业提供淋浴房、浴缸等产品。

③持续开拓新渠道

同时，公司构建多元化销售渠道，积极布局线上渠道，终端消费者可以直接在购物网站或短视频平台等网上途径下单，公司引流到经销商提供线下服务或实现线上销售收入。

（2）研发和设计优势

公司聚焦“金属+玻璃”的定制和研发，结合家具流行趋势与消费者的消费习惯，不断探索满足消费者在卫浴产品款式、功能等方面的多样化需求；以市场需求为导向，通过广泛的市场调研，深入了解一线市场需求，及时安排或调整研发和设计计划。公司在卫浴空间深耕多年，组建并培养了一支专业化的研发团队，并通过绩效考核机制、股权激励等方式激发研发团队创新潜能；公司拥有经验丰富的设计研发团队，按国际 ISO 测试标准建立了实验室，并经过第三方 Intertek 认证，成为 Intertek 卫星实验室，能够独立开展材料性能测试、成品稳定性测试、耐疲劳测试、密水测试、冷热水循环测试、包装测试等。同时，公司积极参与包括《淋浴房》（QB/T 2584-2023）、《消费品质量分级导则-卫生洁具》（GB/T 44460-2024）等多项国家或行业标准的制定。截至报告期末，公司及其子公司共拥有有效授权专利 82 项，其中境内发明专利 9 项、境内实用新型专利 57 项、境内外观专利 11 项，境外专利 5 项。由于公司杰出的产品设计能力，公司多次获得德国红点设计奖、德国 IF 产品设计奖、美国 MUSE 设计金奖、意大利 A'设计大奖、红棉设计奖、沸腾质量金奖等奖项。

在始终保持较高审美水准的基础上，公司在产品研发和设计过程中坚持以人为本、注重细节，充分考虑人与卫浴空间的融合，通过对细节设计的反复打磨，创造出更具人性化的卫浴产品。比如“内飞门”设计，开关门不占用空间，满足大部分小浴室干湿分离的需求。公司独创的“升降挡水条”设计，当活动门关上时，挡水条旋转下压将活动门的底部遮挡住，防止淋浴过程中水从活动门的底部飞溅到外部；打开活动门时，挡水条翘起，活动门上残留的水通过防水条导流到淋浴区内，提升了产品的防水与安全性能；同时解决了开关门刮地垫的问题，可实现无障碍进出，为消费者带来舒适和便捷。“全包框”结构的设计，让玻璃全部被金属型材包裹，提高了产品安全性。

公司聚焦淋浴房、全景门两大核心品类的同时，布局多品类发展战略，凭借强大的研发设计能力和制造能力，公司打造了覆盖全面的品牌矩阵，针对不同的消费群体提供定制化卫浴空间解决方案；涵盖淋浴房、桑拿房、浴室柜、浴室门、高分子卫浴、阳台柜、花洒、智能马桶、龙头、智能毛巾架、壁龛、隐形地漏十二大产品矩阵，满足消费者日益提升的多元化、个性化、定制化的消费需求，实现“一卫一定制”，量身打造消费者偏爱的全卫空间。

此外，公司在江门基地建设了铝材、五金等生产车间，向产业链上游延伸，可实现与研发、设计进行联动，有助于公司进行持续研发创新。

（3）智能化、数字化、绿色化

公司始终坚持“质量第一”的原则，在规范化生产管理方面，公司已通过公司通过 ISO9001、ISO14001、ISO45001、知识产权等管理体系认证，通过 CE 认证、SGCC 认证等国际权威认证等。

公司在广东省中山市、江门市建成两大智能制造基地，占地总面积 300 余亩，并斥资打造前后端一体化的全流程信息化系统，精准处理大规模个性化的订单并形成高效的柔性化生产能力，为消费者提供优质的消费体验与服务，满足消费者的个性化定制需求。同时，针对淋浴房产品生产具有种类多、型号多、批次多的特点，公司以产品工艺设计为先导，以数控技术为核心，公司通过持续对产线进行智能化改造，实现产线自动化地完成企业多型号、多批次的加工、制造、检测、包装等过程，使产品质量可量化、标准化。

公司以 ERP 系统为中心，重点围绕门店营销、研发设计、供应链管理、计划管理、生产制造执行管理、安装售后等核心业务环节，搭建了玫瑰岛智慧营销客户订单全生命周期管理系统、PDM 产品数据建库平台、玫瑰岛全卫定制 3D 设计系统、玫瑰岛 SRM 供应商协同管理系统及生产制造执行 MES 系统，并不断优化升级，实现各类数据的协同互通，有力促进了上述核心业务环节的精细化管理和高效运转，逐步形成了较强的数字化运营管理能力。

此外，公司积极响应国家“碳达峰、碳中和”的号召，在中山及江门基地布置了分布式光伏系统，可利用发电面积超过 55,000m²。光伏系统投入运营后，为厂房降温 5~8℃，同时减少空调运转周期和功率，减少电力资源消耗，为玫瑰岛的“绿色制造”注入了新动力。

（4）品牌优势

公司自成立以来，始终专注于淋浴房领域，在以“金属+玻璃”为主要材料的定制家居领域持续创新，经过多年的产品研发、市场培育、品牌运营，公司已经成为国内淋浴房知名企业，在国内市场拥有良好的品牌美誉度。公司的“玫瑰岛”商标是广东省著名商标；2023 年被评为“中山市单项冠军培育企业”、“广东省专精特新中小企业”。在零售业务方面，公司 2022 至 2024 年连续被红星美凯龙评为定制卫浴榜 No.1。在大宗业务方面，根据中国房地产业协会发布的《2025 房建供应链企业综合实力 TOP500-首选供应商服务商测评研究报告》，玫瑰岛以 11%的品牌首选率，位列室内全景门第一。

此外，公司的品牌组合在坚持中高端定位的同时，亦在探索通过新品牌或新产品线的培育实现向大众化、年轻化定位的延伸，公司的主力品牌 1858 高定家居、ROSERY 玫瑰岛、MOKYU 牧浴的差异化定位明确，能满足不同消费群体的需求。

近年来，公司获得的主要奖项或荣誉如下：

类别	荣誉名称	年度	评定或授予单位
综合	2022 年中山市单项冠军培育企业	2023	中山市工业和信息化局
	2022 年广东省专精特新中小企业	2023	广东省工业和信息化厅
	第六届中山最具社会责任企业传媒大奖大型评选的“行业影响力企业奖”	2022	中山日报社、市工商联主办，中山传媒承办
	2022 年沸腾质量奖	2022	由中国质量认证中心指导，沸腾质量数据主办
协会	2024 年卫浴行业服务能力评价 5 星级企业、2024 年卫浴行业产品质量评价 5 星级企业、2024 年卫浴行业信用评价 5A 级企业	2024	全联家居装饰业商会
	2023 年广东省质量标杆	2024	广东省质量协会
	中国智能家居行业年度智慧康养合作品牌（深圳家居设计周暨深圳国际家具展）	2024	深圳市家具行业协会智能家居专委会
	2024 年度“金殿”TOP10 最受酒店欢迎供应商奖（上海酒店展）	2024	上海国际酒店及商业空间博览会
	中国淋浴房出口基地.基地龙头企业（广交会）	2024	中国五矿化工进出口商会
	中国建筑文化研究会酒店设计与工程专业委员会副会长单位	2023	中国建筑文化研究会酒店设计与工程专业委员会
	卫浴头部企业	2023	中国建筑材料流通协会陶瓷卫浴经销商委员会
	高端全卫定制领军品牌	2023	佛山市卫浴洁具行业协会
	2023 年度酒店文旅优秀民族标杆品牌	2023	中国建材流通协会酒店建设服务专业委员会
	“全国质量诚信标杆企业”、“全国淋浴房行业质量领先企业”、“全国全景门行业质量领先品牌”、“全国质量信誉保障产品”、“全国质量检验稳定合格产品”、“全国产品和服务质量诚信品牌”	2022	中国质量检验协会
品牌	“淋浴房行业十大品牌”榜首	2024	中国品牌网
	2024 新华好物·优选品牌	2024	新华网
	2024 新华好物·时尚之选	2024	新华网
	年度全卫定制推荐品牌（上海国际厨卫展）	2024	广东卫浴商会、新卫浴网
	全卫定制行业领军人物（上海国际厨卫展）	2024	广东卫浴商会、新卫浴网
	全景门品类开创者	2023	艾媒咨询
	2023 年度家居服务榜样	2023	网易家居
	2023 年淋浴房行业十大品牌榜首	2023	品牌网
	2022 家居“智慧工厂”	2022	优居、腾讯家居·贝壳
	2022 年度中国家居冠军榜卓越影响力	2022	网易新闻联合行业协会机构

	品牌		
零售业务	红星美凯龙定制卫浴榜 No.1	2022	红星美凯龙
	红星美凯龙定制卫浴榜 No.1	2023	红星美凯龙
	红星美凯龙定制卫浴榜 No.1	2024	红星美凯龙
大宗业务	2025 房建供应链综合实力 TOP500 首选供应商·淋浴房	2025	中国房地产业协会
	2025 房建供应链综合实力 TOP500 首选供应商·室内全景门	2025	中国房地产业协会
	2024 年度“金殿” TOP10 最受酒店欢迎供应商奖	2024	上海国际酒店及商业空间博览会
	越秀地产 2022 材料设备类优秀供应商	2023	越秀地产

(5) 工艺和品质优势

公司从消费者角度提出了一套“好淋浴房”的用户体验标准，包含美观、安全、易洁、顺滑、封水、静音六大维度。在此基础上，公司继续进行研发投入、引进先进的生产设备、培养和招募的专业技术员工，经过多年的行业经验积累，经过多年的行业经验积累，逐渐积累了丰富的全卫空间产品的专利技术。

淋浴房产品关乎居家生活品质，因此持续稳定可靠的产品质量是重中之重。公司自成立以来，始终坚持将产品品质作为提升品牌价值的核心，执行严格的品质管控措施，建立了从原材料、成品配件到包装的进货检验、工序检验、成品检验的全过程质量控制体系，充分保证了公司各项产品质量的稳定性和可靠性。在规范化生产管理方面，公司已通过公司通过 ISO9001、ISO14001、ISO45001、知识产权等管理体系认证，通过 CE 认证、SGCC 认证等国际权威认证等。

(6) 信息化体系建设优势

公司的核心产品以个性化定制为主，满足消费者个性化的家居需求。而随着定制家居的渗透率越来越高，定制家居的理念越来越普遍，消费者对“定制”的个性化、专业性要求会越来越高。没有信息化、数字化、智能化加持下的大规模柔性生产，减少人工干预，企业在达到一定规模之后将无法应对市场更灵活的变化、消费者更个性化的需求。

公司深入贯彻推进信息化与工业化融合发展战略，搭建了完善的信息化体系，已构建了覆盖研发设计、门店营销管理、供应链管理、生产制造、安装售后等业务经营全环节的信息化系统闭环。

公司以 ERP 系统为中心，重点围绕门店营销、研发设计、供应链管理、计划管理、生产制造执行管理、安装售后等核心业务环节，搭建了玫瑰岛智慧营销客户订单全生命周期管理系统、PDM 产品数据建库平台、玫瑰岛全卫定制 3D 设计系统、玫瑰岛 SRM 供应商协同管理系统及生产制造执行 MES 系统，并不断优化升级，实现各类数据的协同互通，有力促进了上述核心业务环节的精细化管理和高效运转，逐步形成了较强的数字化运营管理能力。

5、公司竞争劣势

(1) 融资渠道有限，限制公司进一步发展

经过多年耕耘发展，公司的业绩稳步提升，经营规模持续扩大，在市场上具备较高的影响力。当前，公司仍处于快速发展阶段，在品牌建设、研发设计创新、营销网络建设、信息化建设、产能提升等方面均需要投入大量的资金，以进一步提升业务规模及市场份额，但公司目前主要依靠股东投入、银行贷款与自有资金积累，有限的融资渠道已无法满足公司的大规模资金需求，公司亟需拓宽融资渠道，夯实资金实力，进一步支持公司业务发展。

(九) 同行业可比公司情况

1、发行人同行业可比的上市公司

由于淋浴房细分行业暂无可比上市公司，考虑到公司所处行业属于定制家居、卫浴产品领域，同时公司零售业务、大宗业务占比较高，公司选取的可比公司为：提供卫浴产品的惠达卫浴（603385.SH）、箭牌家居（001322.SZ）；提供定制家居产品的皮阿诺（002853.SZ）、顶固集创（300749.SZ），具体情况如下：

序号	证券简称	主营业务	基本情况
1	惠达卫浴	卫生洁具、陶瓷砖和整体卫浴等	成立于 1997 年 12 月，2017 年 4 月于上海证券交易所主板上市，致力于为消费者提供一站式卫浴产品综合解决方案。惠达卫浴销售模式分为经销模式和直销模式，卫浴产品以经销模式为主，以工程渠道、电商渠道为辅。
2	箭牌家居	卫生陶瓷、龙头五金、浴室家具、浴缸浴房等	成立于 2013 年 4 月，2022 年 10 月于深圳证券交易所主板上市，主要从事卫生陶瓷、龙头五金、浴室家具等产品的研发、生产、销售与服务。箭牌家居主要有经销模式和直销模式，以经销模式为主，以工程、电商等直销渠道为辅。
3	皮阿诺	定制衣柜及精品五金等	成立于 2005 年 6 月，2017 年 3 月于深圳证券交易所主板上市，专业从事定制橱柜、衣柜、全屋定制及配套家居产品的设计、研发、生产、销售和相关服务的提供。皮阿诺采用以经销模式、大宗业务模式及 O2O 模式的复合营销模式。
4	顶固集创	定制衣柜及精品五金等	成立于 2002 年 12 月，2018 年 9 月于深圳证券交易所创业板上市，专业从事定制衣柜及配套家居、精品五金、智能五金、定制生态门和其他智能家居产品的研发、生产和销售。顶固集创采用以经销模式为主，大宗客户与直营模式为辅的销售模式。

发行人与同行业可比公司在业务情况、技术实力、经营情况和关键业务数据等方面的比较情况如下：

(1) 业务情况

可比公司	产品领域	市场地位
惠达卫浴	惠达卫浴系为消费者提供一站式卫浴产品综合解决方案的企业。	卫浴行业的知名品牌，在 2024 年中国厨卫榜中荣获“健康卫浴第一品牌”“卫

	公司产品主要包括卫生洁具和陶瓷砖等，其中卫生洁具包括卫生陶瓷、五金洁具、浴缸浴房和浴室柜，陶瓷砖包括内墙砖和地砖。	浴十大品牌”“十大创新卫浴品牌”“消费者喜爱品牌”“年度设计师喜爱品牌”等奖项，品牌影响力获得行业与消费者的广泛认可。
箭牌家居	箭牌家居主要产品包括：卫生陶瓷（含智能坐便器）、龙头五金、浴室家具、浴缸浴房、瓷砖、定制橱柜等全系列家居产品。	箭牌家居在收入规模上、品牌知名度上均位于市场前列，是国内众多知名房企的合作伙伴。在 A 股卫浴品牌中，箭牌家居 2024 年收入规模位列第一。
皮阿诺	皮阿诺主要产品包括：定制橱柜、厨电、卫浴柜、阳台柜、定制衣柜、书柜、酒柜、木门、墙板等。	皮阿诺作为定制家居行业的一线品牌，在国内具有较高的知名度，是中国橱柜行业首个登陆 A 股市场的品牌。
顶固集创	顶固集创主要产品包括：定制家居产品、集创门窗产品、精品五金产品。	顶固集创在国内家居门窗领域具有一定的市场地位，荣获“2024 门窗行业十大品牌”。
发行人	玫瑰岛主要产品包括：淋浴房、全景门、浴室柜以及卫浴空间的各类陶瓷、金属产品，提供卫浴空间的一站式解决方案。	玫瑰岛系淋浴房知名品牌，在高端淋浴房领域排名市场前列，是国内众多知名房企、国外知名卫浴品牌的合作伙伴。

注：同行业可比公司资料来源于公开披露的定期报告、招股说明书等公开资料。

（2）技术实力对比

公司名称	知识产权情况	研发人员数量	研发投入情况
惠达卫浴	截至 2024 年末，有效专利 1,157 项，其中发明专利 83 项。	截止 2024 年末，惠达卫浴研发人员数量为 935 人，占员工人数的 11.31%。	2024 年度的研发费用金额约为 1.40 亿元，占营业收入的比例为 4.03%。
箭牌家居	截至 2024 年末，累计拥有专利 3,142 项，其中拥有授权发明专利 191 项、实用新型 2,123 项、外观设计 828 项。	截止 2024 年末，箭牌家居研发人员数量为 1,158 人，占员工人数的 11.80%。	2024 年度的研发费用为 3.72 亿元，占公司营业收入比例为 5.21%。
皮阿诺	截至 2024 年末，皮阿诺持有发明专利 17 项，实用新型专利 229 项，外观专利 212 项。	截止 2024 年末，皮阿诺研发人员数量为 164 人，占员工人数的 16.47%。	2024 年度的研发费用为 0.36 亿元，占公司营业收入比例为 4.05%。
顶固集创	截至 2024 年末，顶固集创持有发明专利 62 项、实用新型专利 453 项、外观设计专利 29 项。	截止 2024 年末，顶固集创研发人员数量为 158 人，占员工人数的 12.37%。	2024 年度的研发费用为 0.38 亿元，占公司营业收入比例为 3.68%。
发行人	截至 2024 年末，发行人持有专利 82 项，其中境内发明专利 9 项、境内实用新型专利 57 项、境内外观专利 11 项，境外专利 5 项。	截止 2024 年末，发行人研发人员数量为 156 人，占员工人数的 9.94%。	2024 年度的研发费用为 0.33 亿元，占公司营业收入比例为 3.97%。

注 1：同行业可比公司数据来源于公开披露的定期报告、招股说明书或公司官网

（3）关键业务数据和指标的比较情况

发行人和同行业可比公司关键业务数据和指标比较如下：

单位：万元

公司名称	营业收入	年末员工总数 (人)	加权平均净资产收 益率 (%)	毛利率 (%)

惠达卫浴	346,175.46	8,265	-5.22	26.82
箭牌家居	713,147.37	14,893	8.56	25.24
皮阿诺	88,588.12	996	6.57	24.28
顶固集创	102,665.34	1,277	2.75	22.67
发行人	82,317.80	1,569	14.61	30.96

注 1：同行业可比公司数据来源于公开披露的定期报告（2024 年度）、招股说明书

从经营情况和关键业务数据对比情况看，发行人受限于融资渠道较为单一，且产品仍主要为淋浴房，可比公司已发展为综合性的家居/家装产品公司，因此在整体经营规模及企业体量高于发行人，加权平均净资产收益低于发行人。发行人由于产品高度定制化，且产品定位中高端，综合毛利率高于可比公司。公司详细的盈利能力分析，详见本招股说明书“第八节管理层讨论与分析”之“三、盈利情况分析”。

三、 发行人主营业务情况

（一） 销售情况和主要客户

1、主要产品的产能、产量与销量情况

报告期内，公司的核心产品为淋浴房、全景门。报告期内，公司淋浴房、全景门的产能与产销量情况如下：

单位：套

产品	项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
淋浴房	产能（套）	871,260	793,260	680,160
	产量（套）	726,133	608,122	597,918
	销量（套）	706,491	621,616	687,789
	产能利用率	83.34%	76.66%	87.91%
	产销率	97.29%	102.22%	115.03%
全景门	产能（套）	68,640	68,640	53,040
	产量（套）	49,056	40,274	21,682
	销量（套）	39,987	39,240	19,198
	产能利用率	71.47%	58.67%	40.88%
	产销率	81.51%	97.43%	88.54%

2023 年，淋浴房及全景门生产线进行了升级及改造，产能有所提升，产能利用率较低。2024 年随着大宗业务迅速发展，产能利用率回升至合理水平。

2、分产品销售情况

报告期内，公司主营业务收入按产品分类情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占主营业务收入比例 (%)	金额	占主营业务收入比例 (%)	金额	主营业务收入比例 (%)
卫浴产品	66,064.58	83.59	63,495.61	85.10	65,861.25	89.46
其中：淋浴房	59,422.67	75.19	57,232.17	76.70	62,059.36	84.30
浴室柜	3,886.76	4.92	3,402.56	4.56	2,035.84	2.77
其他卫浴产品	2,755.15	3.49	2,860.87	3.83	1,766.05	2.40
全景门	10,426.43	13.19	9,173.88	12.29	4,540.19	6.17
五金及配件	2,542.81	3.22	1,946.76	2.61	3,220.03	4.37
合计	79,033.82	100	74,616.25	100.00	73,621.47	100.00

公司主营业务产品主要包括卫浴产品、全景门和五金及配件，其中淋浴房是公司最重要的收入来源；全景门是公司重要的增量收入来源。

3、分地区销售情况

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	主营业务收入比例 (%)	金额	主营业务收入比例 (%)	金额	主营业务收入比例 (%)
境内地区	53,048.57	67.12	52,091.10	69.81	47,634.65	64.70
华东	25,475.26	32.23	26,926.59	36.09	21,038.23	28.58
华南	11,865.33	15.01	10,013.45	13.42	13,961.87	18.96
西南	4,999.00	6.33	4,195.82	5.62	3,460.12	4.70
华中	4,426.03	5.60	4,906.46	6.58	3,450.66	4.69
华北	3,735.99	4.73	3,443.73	4.62	3,097.19	4.21
西北	1,784.10	2.26	1,458.39	1.95	1,049.34	1.43
东北	762.85	0.97	1,146.67	1.54	1,577.24	2.14
境外地区	25,985.25	32.88	22,525.15	30.19	25,986.82	35.30
爱尔兰	5,989.65	7.58	5,326.87	7.14	4,893.69	6.65
英国	5,962.18	7.54	4,630.74	6.21	6,293.81	8.55
美国	4,124.98	5.22	4,943.66	6.63	7,390.03	10.04
加拿大	2,972.45	3.76	2,454.39	3.29	2,513.21	3.41
克罗地亚	2,441.06	3.09	1,704.31	2.28	1,842.88	2.50
其他国家或地区	4,494.94	5.69	3,465.18	4.64	3,053.20	4.15

合计	79,033.82	100.00	74,616.25	100.00	73,621.47	100.00

报告期内，公司境内地区主营业务收入分别为 47,634.65 万元、52,091.10 万元和 53,048.57 万元，占主营业务收入的比重分别为 64.70%、69.81%和 67.12%，是公司主营业务收入的主要来源。公司的销售区域遍布全国主要地域，集中在华东、华南区域。公司与 ABG、KOHLER、MERLYN、BATHROOM 等国际知名卫浴企业紧密合作，产品远销爱尔兰、英国、美国、加拿大、克罗地亚等 30 多个国家和地区。

4、分销售模式销售情况

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	主营业务收入比例 (%)	金额	主营业务收入比例 (%)	金额	主营业务收入比例 (%)
零售业务	27,624.76	34.95	31,509.66	42.23	27,684.74	37.60
大宗业务	25,423.81	32.17	20,581.44	27.58	19,949.90	27.10
出口业务	25,985.25	32.88	22,525.15	30.19	25,986.82	35.30
合计	79,033.82	100.00	74,616.25	100.00	73,621.47	100.00

报告期内，公司零售业务、大宗业务和出口业务的收入占比较为均衡，抗风险能力较强。

5、主要客户情况

单位：万元

2024 年度				
序号	客户	销售金额	年度销售额占比 (%)	是否存在关联关系
1	ABG	5,539.57	6.73	否
2	招商蛇口	4,581.81	5.57	否
3	中海地产	4,194.54	5.10	否
4	KOHLER	3,180.65	3.86	否
5	MERLYN	2,850.48	3.46	否
合计		20,347.05	24.72	
2023 年度				
序号	客户	销售金额	年度销售额占比 (%)	是否存在关联关系
1	ABG	6,387.15	8.23	否
2	中海地产	6,127.33	7.90	否
3	KOHLER	2,990.23	3.85	否
4	招商蛇口	2,668.49	3.44	否
5	上海顺初建材有限公司	2,467.27	3.18	否
合计		20,640.47	26.60	-

2022 年度				
序号	客户	销售金额	年度销售额占比（%）	是否存在关联关系
1	保利发展	8,139.19	10.82	否
2	ABG	7,309.95	9.71	否
3	KOHLER	5,745.76	7.64	否
4	MERLYN	2,862.52	3.80	否
5	BATHROOM	1,849.99	2.46	否
合计		25,907.41	34.43	-

注：①保利发展包括保利（揭阳）实业投资有限公司、保利（梅州）房地产开发有限公司、保利（汕头）房地产投资有限公司等其旗下控制的公司；②招商蛇口包括常熟市琴安房地产开发有限公司、南通招通置业有限公司、成都招商新悦房地产开发有限公司等其旗下控制的公司；③中海地产包括北京中海鑫海房地产开发有限公司、佛山市顺德嘉润房地产开发有限公司、大连中海鼎业房地产开发有限公司、佛山市顺德嘉润房地产开发有限公司等其旗下控制的公司；④ABG 集团包括 International Marble Industries、MAAX US CORP 和 MAAX BATH INC；⑤KOHLER 包括 KOHLER AMERICA Ltd、KOHLER FRANCE .（CDC）、KOHLER INDIA Ltd、KOHLER MIRA Ltd、KOHLER NEWZEALAND Ltd、KOHLER RUSSIA Ltd、中山科勒卫浴有限公司和科勒（中国）投资有限公司。

报告期内，公司源自前五大客户的收入合计占比为 34.43%、26.60%和 24.72%，不存在单一客户销售额超过销售总额 50%的情形，不存在公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、主要关联方和持股 5%以上的股东在上述客户中占有权益的情况。

（二） 采购情况及主要供应商

1、主要原材料采购及价格变动情况

（1）主要原材料采购情况

公司生产所需主要原材料包括玻璃、铝材、五金件、塑胶、板材等，原材料种类繁多，市场供应较为充足。报告期内，公司采购金额及构成情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占采购金额比例（%）	金额	占采购金额比例（%）	金额	占采购金额比例（%）
原材料	38,953.85	80.30	35,200.35	82.45	33,234.06	84.98
委外加工费	1,436.33	2.96	1,533.42	3.59	1,217.07	3.11
安装费	2,825.62	5.82	1,949.96	4.57	1,975.00	5.05
成品采购	3,729.01	7.69	2,236.99	5.24	1,206.91	3.09
运费	1,308.52	2.70	1,146.55	2.69	1,238.27	3.17
其他	258.77	0.53	624.61	1.46	238.53	0.61
合计	48,512.11	100.00	42,691.89	100.00	39,109.84	100.00

报告期内，公司主要原材料的采购金额及构成如下：

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占采购金额比例(%)	金额	占采购金额比例(%)	金额	占采购金额比例(%)
玻璃类	10,617.70	27.26	10,242.28	29.10	9,620.41	28.95
其中：玻璃原片	3,409.24	8.75	3,494.54	9.93	2,671.46	8.04
玻璃半成品	7,208.46	18.51	6,747.74	19.17	6,948.95	20.91
铝材类	9,600.03	24.64	7,720.34	21.93	6,816.48	20.51
其中：铝棒	8,654.09	22.22	7,295.40	20.73	5,848.32	17.60
铝材半成品	945.94	2.43	424.95	1.21	968.16	2.91
五金类	9,309.32	23.90	8,428.85	23.95	7,922.25	23.84
包材类	2,705.74	6.95	2,831.96	8.05	2,810.37	8.46
化工类	2,457.39	6.31	2,195.18	6.24	2,168.79	6.53
板材类	402.00	1.03	253.32	0.72	212.48	0.64
塑胶类	2,193.01	5.63	2,127.00	6.04	2,284.43	6.87
其他	1,668.66	4.28	1,401.42	3.98	1,398.85	4.21
合计	38,953.85	100.00	35,200.35	100.00	33,234.06	100.00

报告期内，随着公司业务规模的扩大，公司物料采购金额逐年增加。公司采购的原材料主要用于生产淋浴房、全景门、浴室柜而采购的玻璃、铝材、五金配件、板材等原材料。报告期内，公司各类原材料采购比例略有变化，主要受公司产品销售结构的变化影响。公司与主要原材料供应商均已建立了长期稳定的合作关系，使得原材料的供应质量与供货周期均能得到有效保证。

(2) 主要原材料价格变动情况

报告期内，公司主要采购的原材料年平均采购单价数据如下：

单位：元/平方米、元/kg

项目	单位	2024 年度		2023 年度		2022 年度
		平均单价	变动	平均单价	变动	平均单价
玻璃原片	平方米	29.53	-21.55%	37.64	16.79%	32.23
铝棒	kg	18.57	7.47%	17.28	-6.04%	18.39

注：因玻璃半成品、铝材半成品、五金类及包材类等原材料种类、型号或规格繁多，无标准单位进行统计，故未对其采购单价变动进行列示。

报告期内，公司采购的玻璃原片平均单价波动较大，首先，玻璃原片的采购价格受大宗商品玻璃价格的影响，玻璃原片采购价格变动趋势与玻璃大宗商品价格变动趋势基本保持一致；其次，玻璃原片的采购价格受材质（比如白玻、布纹、欧洲灰、油砂等）、规格（比如厚度为 4MM、5MM、

8MM、10MM 等）的不同而有所差异。报告期内，大宗商品玻璃的价格走势图如下：



数据来源：同花顺 iFinD

报告期内，公司采购铝棒的平均价格波动较小，整体呈先下降后上升的趋势，铝棒采购价格主要受大宗商品铝价格的影响，铝棒采购价格变动趋势与大宗商品铝价格变动趋势基本保持一致。报告期内，大宗商品铝的价格走势图如下：



数据来源：同花顺 iFinD

2、主要能源采购情况

报告期内，公司生产经营使用的主要能源包括电力、石油气，具体情况如下：

能源	项目	2024 年	2023 年	2022 年
石油气	金额（万元）	309.00	293.94	318.67
	用量（吨）	523.69	514.44	480.16
	均价（万元/吨）	0.59	0.57	0.66

电	电网电	金额（万元）	1,168.00	1,068.85	1,060.78
		用量（万度）	1,684.12	1,418.07	1,491.22
		均价（元/度）	0.69	0.75	0.71
	光伏电	金额（万元）	227.31	170.61	-
		用量（万度）	432.49	336.96	-
		均价（元/度）	0.53	0.51	-
	合计	金额（万元）	1,395.31	1,239.46	1,060.78
		用量（万度）	2,116.60	1,755.03	1,491.22
		均价（元/度）	0.66	0.71	0.71

报告期内，公司能源价格较为平稳，2023 年 6 月江门、中山基地光伏系统启用后，较为低价的光伏电作为用电的补充，降低了公司综合电价。

3、报告期内主要供应商采购情况

报告期内，公司产品生产所需的原材料主要包括铝棒、玻璃、五金件等，公司前五名供应商主要以铝棒、玻璃供应商为主。

报告期内，公司前五大供应商采购情况如下：

单位：万元

2024 年度					
序号	供应商名称	是否关联方	采购内容	金额	占采购总额的比例
1	佛山市华之鹏供应链管理股份有限公司	否	铝棒	5,816.78	11.99%
2	云南创新合金有限公司	否	铝棒	2,648.86	5.46%
3	佛山金信玻璃有限公司	否	玻璃	1,716.89	3.54%
4	中山市旭辉玻璃制品有限公司	否	玻璃	1,575.03	3.25%
5	信义集团	否	玻璃	1,386.98	2.86%
合计		-	-	13,144.54	27.10%
2023 年度					
序号	供应商名称	是否关联方	采购内容	金额	占采购总额的比例
1	佛山市华之鹏供应链管理股份有限公司	否	铝棒	4,935.66	11.56%
2	云南创新合金有限公司	否	铝棒	2,359.74	5.53%
3	信义集团	否	玻璃	2,209.37	5.18%
4	中山市旭辉玻璃制品有限公司	否	玻璃	1,352.16	3.17%
5	安吉通益电工金属有限公司	否	玻璃	1,276.29	2.99%
合计		-	-	12,133.21	28.42%
2022 年度					
序号	供应商名称	是否关联方	采购内容	金额	占采购总额的比例
1	佛山市华之鹏供应链管理股份有限公司	否	铝棒	5,645.11	14.43%

2	信义集团	否	玻璃	2,396.54	6.13%
3	安吉通益电工金属有限公司	否	玻璃	1,378.40	3.52%
4	中山市旭辉玻璃制品有限公司	否	玻璃	1,197.92	3.06%
5	佛山市金耀华玻璃新材有限公司	否	玻璃	1,176.95	3.01%
合计		-	-	11,794.92	30.16%

注：信义集团包括信义玻璃（海南）有限公司、信义玻璃（江门）有限公司、信义超薄玻璃（东莞）有限公司、信义供应链管理（江苏）有限公司和信义环保特种玻璃（江门）有限公司。

报告期内，公司对前五大供应商的采购占比分别为 30.16%、28.42%和 27.10%，公司不存在向单个供应商采购比例超过 50%或严重依赖于少数供应商的情况。公司的董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东未在上述供应商中占有权益。

（三） 主要资产情况

1、主要固定资产

公司固定资产主要包括房屋建筑物、机器设备、运输设备、电子设备及其他等，截至报告期末，公司主要固定资产情况如下表所示：

单位：万元

项目	账面原值	累计折旧	账面价值
房屋及建筑物	10,142.30	2,000.29	8,142.01
机器设备	8,225.99	3,013.55	5,212.43
运输设备	952.57	770.67	181.90
电子设备及其他	967.09	583.67	383.43
合计	20,287.95	6,368.19	13,919.76

2、房屋建筑情况

截至 2025 年 4 月 30 日，公司拥有的房屋建筑物情况如下：

序号	产权编号	地理位置	建筑面积 (平米)	产权证取得日期	用途
1	粤（2021）台山市不动产权第 0046499 号	台山市三合镇那金工业园 8 号	67,858.37	2021/11/3	工业

3、房屋租赁情况

截至 2025 年 4 月 30 日，公司主要的租赁情况如下：

承租方	出租方	地理位置	建筑面积 (平米)	租赁期限	租赁用途
玫瑰岛定制	北京广润德茂物业管理有限公司	北京市大兴区德裕街 15 号院-18	503	2024 年 12 月 31 日-2025 年 12 月 31 日	仓库
玫瑰岛	肖杉	广东省中山市港口镇木河迳工业区新胜六街 2 号	30,133.55	2021 年 5 月 1 日-2031 年 4 月 30 日	工业用途、办公

玫瑰岛	徐思佳	中山市港口镇世纪东路 2 号时代港汇广场 1 幢 1815 房、1816 房、1817 房、1829 房	235.9	2023 年 2 月 1 日-2026 年 1 月 31 日	宿舍
玫瑰岛	中山市格美通用电子有限公司	中山市港口镇新胜五街 2 号综合楼四楼	1,000.55	2022 年 11 月 1 日-2025 年 10 月 31 日	宿舍
玫瑰岛	中山市格美通用电子有限公司	中山市港口镇新胜五街 2 号综合楼六楼	205.8	2023 年 7 月 15 日-2026 年 7 月 14 日	宿舍
玫瑰岛	中山市格美通用电子有限公司	中山市港口镇新胜五街 2 号综合楼六楼	223.65	2023 年 2 月 11 日-2025 年 10 月 31 日	宿舍
玫瑰岛	中山市格美通用电子有限公司	中山市港口镇新胜五街 2 号厂房二楼	1820.00	2024 年 10 月 8 日至 2027 年 10 月 7 日	仓库
玫瑰岛	中山市格美通用电子有限公司	中山市港口镇新胜五街 2 号厂房三楼	1728.00	2025 年 2 月 21 日至 2027 年 10 月 7 日	仓库
玫瑰岛	谢经荣	港口镇木河迳东路 9 号海德骏园 12 幢 1104 房	113.37	2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日	宿舍
玫瑰岛	王超华	港口镇木河迳东路 24 号如愿居 16 幢 903 房	120.68	2024 年 12 月 16 日至 2025 年 12 月 15 日	宿舍
玫瑰岛	孙美丽	中山市港口镇木河迳东路 24 号如愿居 8 栋 201 房	108.87	2024 年 12 月 15 日至 2025 年 12 月 14 日	宿舍
玫瑰岛	吴银凤	港口镇民昌路 5 号丽雅花园 2 栋 404 房	112.11	2024 年 12 月 15 日至 2025 年 12 月 14 日	宿舍
玫瑰岛定制	北京居然之家金源家居建材市场有限公司	北京市海淀区远大路 1 号金源时代购物中心二期一层	185	2024 年 7 月 1 日至 2025 年 6 月 30 日	商场门店
玫瑰岛定制	北京居然之家智能家居有限公司	北京市北四环智能家居体验中心 1 号楼 2 层	230	2024 年 9 月 1 日至 2026 年 6 月 30 日	商场门店
玫瑰岛定制	北京居然之家十里河家居建材市场有限公司	北京市居然之家十里河店三号楼一层洁具厅	107	2024 年 7 月 1 日至 2025 年 6 月 30 日	商场门店
玫瑰岛定制	北京和信兴泰房地产开发有限公司	北京市大兴区德祥路 16 号院熙悦 N+公寓 6-2 栋 105	89	2024 年 12 月 9 日至 2025 年 12 月 8 日	宿舍

4、主要无形资产

报告期内，公司持有的无形资产主要为原始取得，部分商标系继受取得。公司持有的无形资产均不存在瑕疵、纠纷和潜在纠纷，不存在对公司持续经营存在重大不利影响的情形。

(1) 专利

公司专利情况详见本招股说明书之“第十四节 附件”之“一、公司无形资产附件”之“1、专利”。

(2) 著作权

公司著作权情况详见本招股说明书之“第十四节 附件”之“一、公司无形资产附件”之“2、著作权”。

(3) 商标权

公司商标权情况详见本招股说明书之“第十四节 附件”之“一、公司无形资产附件”之“3、商标权”。

(4) 域名

截至 2024 年 12 月 31 日，公司及其子公司取得的域名如下：

序号	域名	首页网址	网站备案/许可证号	审核通过时间
1	rosery.com.cn	https://rosery.com.cn	粤 ICP 备 12077983 号-5	2024 年 3 月 5 日
2	rosery.cn	https://rosery.cn	粤 ICP 备 12077983 号-1	2024 年 1 月 24 日
3	mokyu.cn	https://www.mokyu.cn	粤 ICP 备 12077983 号-3	2023 年 6 月 25 日

(5) 土地使用权

截至 2024 年 12 月 31 日，公司及其子公司拥有的土地使用权如下：

序号	土地权证	性质	使用 权人	面积 (平米)	位置	取得时间-终止 日期	是否 抵押	用途
1	粤（2021）台山市不动产权第 0046499 号	国有建设 用地使用 权	玫瑰岛 科技	170,539.08	台山市三 合镇那金 工业园 8 号	2005 年 12 月 14 日至 2055 年 12 月 13 日	是	工业 用地

(6) 业务许可资格或资质

截至 2024 年 12 月 31 日，公司及其子公司取得的业务许可资格或资质如下：

序号	资质名称	注册号	持有人	发证机关	发证日期	有效期
1	高新技术企业	GR202244010783	玫瑰岛	广东省科学技术厅、广东省财政厅、国家税务总局广东省税务局	2022 年 12 月 22 日	2025 年 12 月 21 日
2	海关报关单位注册登记证书	4420963198	玫瑰岛	中山海关	2009 年 10 月 10 日	长期
3	对外贸易经营者备案登记表	03659708	玫瑰岛	广东中山对外贸易经营者备案登记机关	2018 年 6 月 28 日	长期
4	出入境检验检疫报检企业备案表	4420604925	玫瑰岛	中山海关	2018 年 6 月 29 日	长期
5	高新技术企业	GR202244017310	玫瑰岛 科技	广东省科学技术厅、广东省财政厅、国家税务总局广东省税务局	2022 年 12 月 22 日	2025 年 12 月 21 日
6	海关报关单位注册登记证书	4407968338	玫瑰岛 科技	开平海关	2018 年 9 月 28 日	长期
7	对外贸易经营者备案登记表	03671709	玫瑰岛 科技	广东台山对外贸易经营者备案登记机关	2018 年 9 月 21 日	长期
8	出入境检验检疫报检企业备案表	18092717141 700030040	玫瑰岛 科技	台山海关	2018 年 9 月 28 日	长期
9	食品经营许可证	JY34407810120563	玫瑰岛 科技	台山市市场监督管理局	2024 年 9 月 10 日	2029 年 9 月 9 日

(7) 软件著作权

截至 2024 年 12 月 31 日，公司及其子公司取得的软件著作权如下：

序号	软件名称	证书号	著作权人	登记号	首次发表日期	取得方式	权利期限	他项权利	登记批准日期
1	玫瑰岛铝材自动备料程序	13450932	广东玫瑰岛家居股份有限公司	2024SR1047059	2024 年 5 月 17 日	原始取得	2074 年 7 月 23 日	无	2024 年 7 月 23 日
2	玫瑰岛引流客户自动分派门店小程序	13449404	广东玫瑰岛家居股份有限公司	2024SR1045531	2024 年 5 月 20 日	原始取得	2074 年 7 月 23 日	无	2024 年 7 月 23 日

5、主要生产设备

截至报告期末，公司拥有的金额在 50 万元以上并对生产经营有重大影响的主要生产设备情况如下表所示：

单位：万元

序号	所属公司	设备名称	资产原值	账面价值	成新率
1	玫瑰岛科技	静电粉末喷涂系统	55.75	34.57	62.00%
2	玫瑰岛科技	氧化、电泳生产线设备	388.94	253.46	65.17%
3	玫瑰岛科技	玻璃加工自动化设备	144.25	94.00	65.17%
4	玫瑰岛科技	阳极电泳回收装置	55.00	33.23	60.42%
5	玫瑰岛科技	静电粉末喷涂设备	158.41	109.30	69.00%
6	玫瑰岛科技	钢化电炉机组	122.12	86.35	70.71%
7	玫瑰岛科技	淋浴房铝材无障碍智能立库系统	123.89	73.87	59.62%
8	玫瑰岛科技	淋浴房机器人自动化打包码垛生产线	116.81	72.42	62.00%
9	玫瑰岛科技	铝型材挤压机	92.92	62.02	66.75%
10	玫瑰岛科技	数控光纤激光切割机-华工	102.22	75.03	73.40%
11	玫瑰岛科技	钢化炉	203.54	126.19	62.00%
12	玫瑰岛科技	铝型材挤压机	52.21	35.27	67.54%
13	玫瑰岛科技	铝型材挤压机	61.06	46.08	75.46%
14	玫瑰岛科技	木材加工机械、淋浴房组装包装集中半自动线	253.10	225.05	88.92%
15	玫瑰岛科技	喷涂设备	247.79	224.25	90.50%
16	玫瑰岛科技	胶衣产线	114.25	108.73	95.17%
17	玫瑰岛科技	淋浴房智能总装之智能装配生产线	420.54	409.72	97.43%
18	玫瑰岛科技	五金配件智能立体库设备及改造	188.05	162.74	86.54%
19	玫瑰岛	智能化人工结合成品包装产线	100.71	5.04	5.00%

6、其他情况

公司持有或租赁的部分土地、房屋建筑存在产权瑕疵，具体情况如下：

序号	主体	厂房/建筑名称	建筑面积（平方米）
1	玫瑰岛无房产证建筑	铁棚仓库	2,016.00

2	玫瑰岛科技超出土地证红线范围的建筑	1 号电房	157.00
3		H1（污水厂）一部分	1,029.00
4		H2（挤压二车间）一部分	979.00
5		H5（挤压一车间）	4,455.00
6		铝材办公楼	481.00
7		铝材锅炉房	88.00
8		电工仓库	158.00
9		玫瑰岛科技土地证红线范围内的无房产证建筑	仓库
10	展厅		710.00
11	二楼廊厅、洗手间等		100.00
12	实验室		413.00
13	办公室		115.00
14	一楼廊厅、洗手间等		282.00
15	喷涂车间		3,700.00
合计			15,773.00

（1）玫瑰岛

玫瑰岛在其租赁的位于中山市港口镇木河迳工业区新胜六街 2 号的厂区内自建了一处铁棚仓库，用于玻璃和铝材的仓储，该仓库未履行报建手续，亦未取得产权证书。

2025 年 2 月 27 日，中山市港口镇综合行政执法局出具《证明》文件，证明：“因公司生产经营需要，公司存在搭建临时铁皮仓库用于仓储等经营用途。上述搭建的仓库属于临时性用房，未取得房屋所有权证，鉴于该仓库系在肖杉合法取得的土地上建设，且属于临时性用房，我局对其暂无拆除计划，该公司可按现有用途继续使用该仓库。广东玫瑰岛家居股份有限公司上述行为不属于重大违法违规行为，我局不会因上述事项对该公司及其实际控制人进行行政处罚。”

2025 年 2 月 26 日，中山市港口镇城市建设和管理局出具《关于广东玫瑰岛家居股份有限公司临时仓库的情况说明》，证明：“因公司生产经营需要，临时搭建铁棚仓库用于仓储用途，处于正常使用状态，目前不存在违法拆除的情况。经核实，玫瑰岛公司没有因违反城市建设方面法律法规或因违法建设而受到处罚的记录。我局亦无收到自然资源部门认为玫瑰岛公司存在违法建设的案件线索或处理意见。”

（2）子公司玫瑰岛科技

玫瑰岛科技目前位于台山市三合镇那金工业园 8 号的土地使用权及地上建筑系玫瑰岛科技 2018 年 3 月通过司法拍卖取得，根据（2017）粤 0781 执恢 130 号《执行裁定书》，玫瑰岛科技从原产权人台山金润铝制品有限公司按现状整体接收。由于原产权人土地历史遗留问题的原因，玫瑰岛科技在接收该等部分建筑时，该等建筑占地已超出了玫瑰岛科技现有土地使用权的红线范围。此外，玫瑰岛科技自建部分仓库、喷涂车间等建筑物时，未及时履行报建手续，导致该部分房屋未能办理产

权证。

根据台山市三合镇规划建设办公室于 2021 年 10 月 19 日出具的证明，玫瑰岛科技超出土地使用权红线外的房屋所用土地规划为建设用地，用地性质为工业用地。

2025 年 2 月 27 日，台山市三合镇人民政府出具《证明》，证明：“广东玫瑰岛卫浴科技有限公司位于台山市三合镇那金工业园的部分建筑未办理报建手续，以及存在部分建筑物超出土地使用权证红线以外的情况。该公司存在的上述情况不属于重大违法违规情况，该公司未因上述情况受到本单位行政处罚，亦不存在受到本单位行政处罚的风险。上述土地、建筑符合台山市的土地利用总体规划，土地及建筑均能继续正常使用。”

2025 年 5 月 6 日，公司控股股东、实际控制人出具承诺：“若玫瑰岛及其子公司因相关房产、临时建筑未履行报批报建手续或未取得不动产权证书导致相关房产、临时建筑被责令拆除或导致玫瑰岛及子公司受到主管机关任何形式行政处罚或承担任何形式的法律责任，本人/本企业将足额补偿玫瑰岛及其子公司因此产生的相关损失，以确保玫瑰岛及其子公司不会因前述资产瑕疵事项受到经济损失。”

综上，公司及子公司未办理产权证的房屋占公司及子公司经营所用房产总面积比例较低，上述房屋被强制拆除的风险较低；若存在被拆除的情形，公司存在可利用土地用于建设厂房等建筑物，以满足公司生产经营所需，因此，不会对公司的持续经营造成重大不利影响。

（四） 其他披露事项

报告期内，对公司持续经营有重大影响的业务合同选取标准如下：

销售及采购合同：销售合同按照大宗、出口和零售三大销售业务模式，分别选取报告期各期前五大客户销售框架合同（如有）进行披露；采购合同按照报告期各期前五大供应商采购框架合同（如有）进行披露。

借款合同、担保合同及抵押/质押合同：公司及子公司签署的已履行完成或正在履行中的，或合同有效期覆盖至报告期内的合同，其中，借款合同仅披露金额为 500 万元以上的合同。

1、销售合同

序号	合同名称	客户名称	关联关系	合同内容	合同金额（万元）	履行情况
1	厨房全景门供货安装（玫瑰岛）集中采购（2021-2022 年度）合同文件	中海企业发展集团有限公司	非关联方	厨房全景门	框架协议	履行完毕
2	厨房全景门供货安装（玫瑰岛）集中采购（2021-2022 年度）合	深圳领潮供应链管理有限公司（中海企业发展集团有限公	非关联方	全景门	框架协议	履行完毕

	同文件	司的全资子公司)				
3	招商蛇口 2022-2023 年全国范围淋浴房战略采购合作协议	招商局蛇口工业区控股股份有限公司	非关联方	淋浴房	框架协议	履行完毕
4	保利地产淋浴房总部集中采购合作协议	保利房地产(集团)股份有限公司	非关联方	淋浴房	框架协议	履行完毕
5	中南置地 2019-2021 年淋浴房战略合作框架协议	江苏中南建设集团股份有限公司	非关联方	淋浴房	框架协议	履行完毕
6	招商蛇口 2023-2024 年全国范围淋浴房战略采购合作协议	招商局蛇口工业区控股股份有限公司	非关联方	淋浴房	框架协议	履行中
7	保利置业集团有限公司淋浴房战略合作协议	保利置业集团有限公司	非关联方	淋浴房	框架协议	履行完毕
8	中海企业发展集团有限公司 2023.10-2025.10 厨房全景门供货安装集中采购合同文件	中海企业发展集团有限公司	非关联方	全景门	框架协议	履行中
9	2024-2026 年星河地产集团淋浴屏供货及安装战略合作协议	深圳市友通联供应链管理有限公司	非关联方	淋浴房	框架协议	履行中
10	2024-2026 年度淋浴屏供货及安装战略采购合作协议	广州珠实地产有限公司	非关联方	淋浴房	框架协议	履行中
11	2023-2024 年度淋浴隔断供应合同	上海泮瓴建材商贸有限公司	非关联方	淋浴房	框架协议	履行完毕
12	SUPPLY AGREEMENT (2022 年)	American Bath Group, LLC	非关联方	Shower Doors、Components (Olympia Door Table、Duel Door Table、HPP Door Table、HPP Base Table...)	框架协议	履行完毕
13	SUPPLY AND PURCHASE AGREEMENT (2022 年)	KOHLER Co.	非关联方	Shower Doors	框架协议	履行完毕
14	Merlyn Terms Agreement (2022 年至 2023 年)	Merlyn Industries Limited	非关联方	Shower doors, profiles, handles and designs	框架协议	履行完毕
15	Supply and Purchase Agreement (2022 年)	Bathroom Brands (Asia) Pte Ltd.	非关联方	Shower enclosures, shower screens, bath screens, walk-in panels, and other similar products in this product category.	框架协议	履行完毕
16	Supply and Purchase Agreement (2022 年)	Fero-Term d.o.o.	非关联方	Shower enclosures, shower screens, bath screens, walk-in	框架协议	履行完毕

				panels,and other similar products in this product category.		
17	Supply and Purchase Agreement (2023 年)	Bathroom Brands (Asia) Pte Ltd.	非关联方	Shower enclosures,shower screens,bath screens,walk-in panels,and other similar products in this product category.	框架协议	履行完毕
18	Supply and Purchase Agreement (2023 年)	Fero-Term d.o.o.	非关联方	Shower enclosures,shower screens,bath screens,walk-in panels,and other similar products in this product category.	框架协议	履行完毕
19	Supplier Agreement (2024 年)	Merlyn Industries Limited	非关联方	Shower doors, profiles, handles and designs	框架协议	履行中
20	Supply and Purchase Agreement (2024 年)	Bathroom Brands (Asia) Pte Ltd.	非关联方	Shower enclosures,shower screens,bath screens,walk-in panels,and other similar products in this product category.	框架协议	履行完毕
21	Supply and Purchase Agreement (2024 年)	Bathroom Brands (Asia) Pte Ltd	非关联方	Shower enclosures,shower screens,bath screens,walk-in panels,and other similar products in this product category.	框架协议	履行完毕
22	Supply and Purchase Agreement (2024 年)	Fero-Term d.o.o.	非关联方	Shower enclosures,shower screens,bath screens,walk-in panels,and other similar products in this product category.	框架协议	履行中
23	广东玫瑰岛卫浴有限公司经销商合同(2022 年)	上海顺初建材有限公司	非关联方	淋浴房、全景门、浴室柜、标品等产品	框架协议	履行完毕
24	广东玫瑰岛卫浴有限公司经销商合同(2022 年)	南京丽致唯家建材有限公司	非关联方	淋浴房、全景门、浴室柜、标品等产品	框架协议	履行完毕
25	广东玫瑰岛卫浴有限公司经销商合同(2022 年)	成都市乐亿尚家家居有限责任公司	非关联方	淋浴房、全景门、浴室柜、标品等产品	框架协议	履行完毕
26	广东玫瑰岛卫浴有限公司经销商合同(2022 年)	北京玫瑰岛卫浴有限公司	关联方	淋浴房、全景门、浴室柜、标品等产品	框架协议	履行完毕
27	广东玫瑰岛卫浴有限公司经销商合同(2022 年)	长沙稷泽建材有限公司	非关联方	淋浴房、全景门、浴室柜、标品等产品	框架协议	履行完毕

	年)					
28	广东玫瑰岛卫浴有限公司经销商合同(2023年)	上海顺初建材有限公司	非关联方	淋浴房、全景门、浴室柜、标品等产品	框架协议	履行完毕
29	广东玫瑰岛卫浴有限公司经销商合同(2023年)	南京丽致唯家建材有限公司	非关联方	淋浴房、全景门、浴室柜、标品等产品	框架协议	履行完毕
30	广东玫瑰岛卫浴有限公司经销商合同(2023年)	成都市乐亿尚家家居有限责任公司	非关联方	淋浴房、全景门、浴室柜、标品等产品	框架协议	履行完毕
31	广东玫瑰岛卫浴有限公司经销商合同(2023年)	北京玖合辉商贸有限公司	非关联方	淋浴房、全景门、浴室柜、标品等产品	框架协议	履行完毕
32	广东玫瑰岛卫浴有限公司经销商合同(2023年)	西安惠泽家居建材有限公司	非关联方	淋浴房、全景门、浴室柜、标品等产品	框架协议	履行完毕
33	广东玫瑰岛卫浴有限公司经销商合同(2024年)	上海顺初建材有限公司	非关联方	淋浴房、全景门、浴室柜、标品等产品	框架协议	履行完毕
34	广东玫瑰岛卫浴有限公司经销商合同(2024年)	南京丽致唯家建材有限公司	非关联方	淋浴房、全景门、浴室柜、标品等产品	框架协议	履行完毕
35	广东玫瑰岛卫浴有限公司经销商合同(2024年)	成都市乐亿尚家家居有限责任公司	非关联方	淋浴房、全景门、浴室柜、标品等产品	框架协议	履行完毕
36	广东玫瑰岛卫浴有限公司经销商合同(2024年)	西安惠泽家居建材有限公司	非关联方	淋浴房、全景门、浴室柜、标品等产品	框架协议	履行完毕
37	广东玫瑰岛卫浴有限公司经销商合同(2024年)	杭州路开建材有限公司	非关联方	淋浴房、全景门、浴室柜、标品等产品	框架协议	履行完毕

2、采购合同

序号	合同名称	供应商名称	关联关系	合同内容	合同金额(万元)	履行情况
1	铝棒购销合同(2022年)	佛山市华之鹏供应链管理有限公司	非关联方	铝棒	框架协议	履行完毕
2	玻璃原片年度购销协议(2022年)	信义环保特种玻璃(江门)有限公司	非关联方	玻璃原片	框架协议	履行完毕
3	玻璃年度购销合同(2022年)	安吉通益电工金属有限公司	非关联方	安全钢化玻璃	框架协议	履行完毕
4	玻璃年度购销合同(2022年)	佛山市金耀华玻璃新材料有限公司	非关联方	安全钢化玻璃	框架协议	履行完毕
5	玻璃年度购销合同(2022年)	中山市旭辉玻璃制品有限公司	非关联方	EVA 夹胶玻璃或安全钢化玻璃	框架协议	履行完毕
6	铝棒购销合同(2023年)	佛山市华之鹏供应链管理有限公司	非关联方	铝棒	框架协议	履行完毕

7	铝棒年度购销合同 (2023 年至 2024 年)	云南创新合金有限公司	非关联方	铝棒	框架协议	履行完毕
8	玻璃原片年度购销协议 (2023 年)	信义供应链管理 (江苏) 有限公司	非关联方	玻璃原片	框架协议	履行完毕
9	玻璃年度购销合同 (2023 年至 2024 年)	中山市旭辉玻璃制品有限公司	非关联方	EVA 夹胶玻璃或安全钢化玻璃	框架协议	履行完毕
10	玻璃年度购销合同 (2023 年)	安吉通益电工金属有限公司	非关联方	安全钢化玻璃	框架协议	履行完毕
11	铝棒购销合同 (2024 年)	佛山市华之鹏供应链管理股份有限公司	非关联方	铝棒	框架协议	正在履行
12	玻璃原片年度购销协议 (2024 年)	佛山金信玻璃有限公司	非关联方	玻璃原片	框架协议	正在履行
13	玻璃年度购销合同 (2024 年)	中山市旭辉玻璃制品有限公司	非关联方	EVA 夹胶玻璃或安全钢化玻璃	框架协议	履行完毕
14	玻璃原片年度购销协议 (2024 年)	信义供应链管理 (江苏) 有限公司	非关联方	玻璃原片	框架协议	正在履行

3、借款合同

序号	合同名称	贷款人	关联关系	合同金额 (万元)	借款期限	担保情况	履行情况
1	《网贷通循环借款合同》	中国工商银行股份有限公司中山分行	非关联方	2,000.00	2021/4/28-2022/4/26	保证、抵押	履行完毕
2	《网贷通循环借款合同》	中国工商银行股份有限公司中山分行	非关联方	1,000.00	2021/3/23-2022/3/23	保证、抵押	履行完毕
3	《流动资金借款合同》	中国农业银行股份有限公司	非关联方	3,000.00	2021/5/14-2022/5/13	保证、抵押	履行完毕
4	《流动资金借款合同》	中国银行股份有限公司中山分行	非关联方	3,000.00	2022/3/21-2023/3/21	保证、抵押	履行完毕
5	《流动资金借款合同》	中国银行股份有限公司中山分行	非关联方	3,000.00	2022/3/25-2023/3/25	保证、抵押	履行完毕
6	《流动资金借款合同》	中国银行股份有限公司中山分行	非关联方	3,000.00	2023/3/28-2024/3/28	保证、抵押	履行完毕

4、担保合同

序号	合同编号	借款人	贷款银行	担保金额 (万元)	借款期限	担保方式	履行情况
1	44100520210004396	玫瑰岛科技	中国农业银行股份有限公司台山市支行	9,450.00	2021/5/13-2024/5/14	保证	履行完毕

5、抵押/质押合同

序号	合同编号	抵/质押权人	担保债权内容	抵/质押物	抵/质押期限	履行情况
1	44100620210008578	中国农业银行股份有限公司台山市支行	担保的债权余额为壹亿伍仟伍佰肆拾陆万捌仟玖佰伍拾贰元整	房地产（房地产抵押清单编号：20210008578）	2021/5/13-2026/5/12	正在履行
2	（粤江台）农银补字第（2021）006 号	中国农业银行股份有限公司台山市支行	担保的债权余额为壹亿伍仟伍佰肆拾陆万捌仟玖佰伍拾贰元整	房地产（房地产抵押清单编号：20210008578-1）	2021/5/13-2026/5/12	正在履行

注：合同编号为“（粤江台）农银补字第（2021）006 号”的合同系编号为“44100620210008578”最高额抵押合同的补充协议。

四、关键资源要素

（一）发行人产品所使用的核心技术

1、核心技术

公司通过产品的自主研发和优化、产品功能和生产工艺的自主创新，形成了拥有完整自主知识产权的技术体系。公司通过自主研发，形成了 9 项核心技术，相关核心技术涵盖淋浴房、全景门等产品。公司的核心技术均来源于自主研发，核心技术特点如下所示：

序号	技术名称	技术特色	技术来源	技术应用情况	是否实现规模化生产	专利号
1	内飞门	小户型友好设计，开关门不占用空间。新颖的滑轮滑轨结构，使内飞门折叠推拉时顺畅自如，门闭合后全方位无缝隙，增强整体美观性及产品防水性能。完全开门状态时，门玻与固玻重叠齐平，全面释放进出空间。	自主技术	淋浴房	是	201721817697.7 201920719179.4 202122142021.5
2	旋转式防水装置平开门	当活动门关上时，防水条旋转下压将活动门的底部遮挡住，防止淋浴过程中水从活动门的底部飞溅到外部；打开活动门时，防水条翘起，活动门上残留的水通过防水条导流到淋浴区内，提升了产品的防水与安全性能。	自主技术	淋浴房	是	202121696357.X 202121696336.8
3	隐藏式缓冲门	隐藏式缓冲门导轨内置依次相连的倾斜段和水平段，倾斜段的低端处是门的停泊位。阻尼器无拉簧装置，开启轻盈，	自主技术	淋浴房、全景家居	是	201420649152.X

		通过阻尼触发器与阻尼杆接触实现缓冲作用。门能缓慢、静音闭合或开启，产品体验感与安全性能提升。避免了在开门或关门时用力过大猛烈撞击对产品的损伤，而且减弱因刚性碰撞产生的噪音。				
4	连动吊移门	将连动吊移门定制的传动零部件组件化、独立化、标准化，降低制作成本，便于批量生产的质量控制。不受淋浴房定制的尺寸面积限制，安装精度有可靠的保证，降低故障率，让连动移门更顺滑稳固，经久耐用；同时提高安装便捷性能。增加阻尼装置，在活动门即将关闭时，有约 2-3 秒的缓冲减速，避免使用不当造成的关门夹手安全问题及碰撞产生的噪音。	自主技术	淋浴房	是	201822180292.8
5	悬浮推拉门	通过可调节滑轮组件使推拉门易安装、易调整，地轨悬浮结构承载稳固，干湿分离性能大大增强，美观合理又实用。	自主技术	淋浴房	是	202020004479.7
6	磁悬浮门	磁悬浮门利用两永磁体产生的排斥力将门托举起来，使门完全悬浮，利用磁体产生的磁力来抵消门的荷载，推拉门省力容易；门顶、底部设有导向滑轮组件，顶部框架设置导向轨，使门均衡定位，运行更加平稳顺滑。	自主技术	淋浴房	是	201020187851.9 201020187836.4
7	无障碍移动门	无障碍地漏组件埋在地面且位于门的正下方，当门处于闭合状态时，门采用的无极旋转式单向轴承阻尼装置会减缓关门的速度，防止发生较大的冲击力导致的损坏或者产生较大噪音。门在闭合时会下降使门底的密封条压在无障碍地漏上，防水效果好；当门处于开启状态时，门会上升无阻挡移动。无障碍地漏还分为两个储水腔，当一个储水腔的排水口堵塞没有及时清理，水会漫过储水腔分隔板进入另一个储水腔从备用排水口排走，减少或防止清理前因水溢出造成的麻烦。	自主技术	淋浴房	是	202111347040.X
8	反向连	当拉动一个移动门开启时，被	自主	淋浴	是	200920193913.4 201020680588.7

	动门	拉动的移动门可带动反向连动机构驱动另一个移动门移动,实现两个移动门的同时开启或关闭。内置同步双向连动系统,具有高性能静音阻尼及自闭机械装置,单手轻轻推拉,即可实现同步对开连动。	技术	房、全景家居		
9	悬吊式平衡轨道	淋浴门轨道受到门体的重力影响,跨度大于 1500mm 时容易向下弯曲变形,轨道上部不能保持水平,导致门体与侧框之间出现间隙,影响密封性能及美观性。悬吊式平衡轨道采用双轨结构,从根本上解决了上述问题,弯曲形变主要作用在与侧框组件连接的外轨,内轨用于与门体滑动配合,有利于使门体的滑动轨迹保持水平,提升产品易用性、美观性。	自主技术	淋浴房	是	202421343369.8 202410753121.7

2、核心技术产品收入占主营业务收入比例

报告期内,公司核心技术产品收入占主营业务收入的比例如下:

单位:万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
核心技术产品收入	69,849.10	66,406.05	66,599.55
主营业务收入	79,033.82	74,616.25	73,621.47
占比(%)	88.38	89.00	90.46

(二) 发行人员工情况

1、员工构成情况

截至报告期末,公司员工构成情况如下:

项目		2024 年 12 月 31 日	
		人数(人)	比例(%)
岗位结构	管理人员	138	8.80
	生产人员	1,019	64.95
	财务人员	25	1.59
	销售人员	231	14.72
	研发人员	156	9.94
	合计	1,569	100.00
教育程度	研究生及以上	6	0.38
	本科	118	7.52
	专科及以下	1,445	92.10
	合计	1,569	100.00
年龄结构	30 岁以下	324	20.65

	31-40 岁	666	42.45
	41-50 岁	474	30.21
	51 岁以上	105	6.69
	合计	1,569	100.00

2、社会保险、住房公积金缴纳情况

截至报告期末，公司社会保险及住房公积金缴纳情况如下：

时间	员工总数 (人)	项目	缴纳人数(人)	缴纳人数占比 (%)	未缴纳人数 (人)
2024 年 12 月 31 日	1,569	社会保险	1,534	97.77	35
		住房公积金	1,502	95.73	67

公司未缴纳社会保险及住房公积金的员工主要是退休返聘人员、新近入职人员及员工自身原因未缴纳。公司及子公司已按照国家及所在地劳动和社会保障法律、法规及相关政策的有关规定参加社会保障体系，实行养老保险、医疗保险、失业保险、工伤保险、生育保险等社会保险制度。

根据公司及子公司取得的无违法违规证明，报告期内，公司及子公司在社会保险、住房公积金领域不存在受到行政处罚的记录。

(三) 发行人在研项目及研发投入情况

1、在研项目情况

截至报告期末，公司主要在研项目情况如下：

序号	项目名称	研究内容	所处阶段
1	免漆柜体、实木油漆见光板的美式浴室柜	拟采用免漆柜体与实木油漆见光板应用相结合，提升产品的生产效率与降本效果，为客户打造新型的美式风格浴室柜。	小批量量产
2	法式风格全包框门夹内外平开门	此外，采用全实芯不锈钢型材结构，提升产品颜值与客户使用体验感。核心五金造型上突出轴线的对称与细节处理，将法式线条等元素运用于内外开门夹与拉手之中，精雕细琢，追求法式工艺风格的淋浴房。	筹备上市阶段
3	不锈钢全隐藏带防摆结构，40-10 极窄全景门	研发一款不锈钢全景门，使用进口阻尼系统，双向缓冲结构解决推拉门撞击、夹手等安全问题，边框采用 10mm 正视面极窄边框提升美观性，同时配置隐藏式防摆轮，增加产品稳定性。	筹备上市阶段
4	图腾实木雕刻抽面造型、大理石拼接一体盆	外观拟采用传统象形图案，设计独特的雕花造型，抽面雕刻板件应用三层实木板进行冷压复合抗变形，研发一款奢华浮雕面浴室柜。	筹备上市阶段
5	易用型大调节简易安装淋浴屏风的研发	研发一款全新易用型大调节简易安装淋浴屏风，产品设计以用户需求为导向，具有广泛的调节范围和便捷的安装特性，能够满足不同家庭对淋浴空间的需求。	小批量量产
6	淋浴房拉手耐用舒适一体化结构研发	针对欧洲市场需求，研发淋浴房拉手耐用舒适一体化结构，采用不锈钢精密加工工艺、高精	小批量量产

		度抛光工艺及 PVD 表面处理工艺,兼具高耐用性、人体工学舒适性及现代美学特征。	
2、研发投入构成及其占比情况			
公司始终将自主研发作为公司长期发展战略的基石，持续对研发进行投入，以确保公司的研发实力在同行业中具有竞争力。报告期内，公司研发费用及其占营业收入的比例如下：			
项目	2024 年	2023 年	2022 年
研发费用（万元）	3,271.19	2,914.21	2,879.42
营业收入（万元）	82,317.80	77,588.60	75,244.49
研发投入占营业收入的比例	3.97%	3.76%	3.83%
报告期内，公司研发费用分别为 2,879.42 万元、2,914.21 万元和 3,271.19 万元，占当期营业收入的比例分别为 3.83%、3.76%和 3.97%。公司研发投入的具体构成情况详见“第八节管理层讨论与分析”之“三、盈利情况分析”之“（六）研发投入分析”。			
（四）核心技术人员			
报告期内，公司未认定核心技术人员。			

五、 境外经营情况

（一）境外生产情况
报告期内，公司未在境外投资设立子公司、分公司。
（二）境外销售情况
报告期内，公司出口业务收入分别为 25,986.82 万元、22,525.15 万元和 25,985.25 万元，占主营业务收入的比例为 35.30%、30.19%和 32.88%。
发行人除出口销售部分产品外，不存在其他境外经营情况。

六、 业务活动合规情况

发行人经营合法合规。根据相关行政主管部门出具的书面证明文件、《企业信用报告（无违法违规证明版）》，报告期内公司不存在因为重大违法违规行为而被相关主管部门处罚的情况。

七、 其他事项

（一）发行人的环境保护

1、发行人不属于重污染行业

根据《企业环境信用评价办法（试行）》规定，重污染行业包括：火电、钢铁、水泥、电解铝、煤炭、冶金、化工、石化、建材、造纸、酿造、制药、发酵、纺织、制革和采矿业 16 类行业，以及国家确定的其他污染严重的行业。

公司主营业务为淋浴房、浴室柜、智能马桶、花洒等全卫定制产品及全景门、生态门、玻璃金属柜类等定制家居产品的研发、设计、生产及销售。根据《国民经济行业分类（GB/T4754-2017）》，公司所属行业为“C 制造业”中的“C2190 其他家具制造”，不属于重污染行业。公司也不存在被环保监管部门列入重点排污单位名录的情况。

2、排污许可情况

发行人及其子公司已经取得相关环保主管部门核发的排污许可证情况如下：

序号	持证主体	证书编号	有效期	发证机关
1	玫瑰岛	914420007946192698001V	2024 年 4 月 25 日至 2029 年 4 月 24 日	中山市生态环境局
2	玫瑰岛科技	91440781MA515L1P2W001U	2025 年 3 月 13 日至 2030 年 03 月 12 日	江门市生态环境局

3、发行人建设项目的环保审批

序号	建设主体	建设项目名称	环境影响评价批复文号	环保竣工验收文号
1	玫瑰岛有限	中山市伟莎卫浴有限公司新建项目	中（港）环建表[2014]0022 号； 中（港）环建登（2016）00024 号	中（港）环验表（2016）24 号
2	玫瑰岛	广东玫瑰岛家居股份有限公司年产浴室家具 7 万套建设项目	中（港）环建表（2024）0009 号	自主验收
3	玫瑰岛科技	广东玫瑰岛卫浴科技有限公司年产淋浴房 120 万件、亚克力浴缸 2 万件、亚克力浴盆 5 万件、人造石洗手盆 4 万件、人造石台面 3 万件、人造石浴盆 5 万件、浴室柜 7 万件、镜柜 9 万件建设项目	江台环审（2019）35 号	自主验收
4	玫瑰岛科技	广东玫瑰岛卫浴科技有限公司年产铝质浴室柜 12 万件扩建项目	江台环审（2024）57 号	自主验收

4、报告期内浴室柜产品超过原环评批复产能的情况

报告期内，玫瑰岛经中山市环境保护局批复的浴室柜产量为每年 6,000 套。玫瑰岛 2022 年度、2023 年度的浴室柜产量为 6,913 套、9,262 套，超出批复产能数量比例为 15.22%、54.37%。根据《中华人民共和国环境影响评价法（2018 修正）》第二十四条第一款及《污染影响类建设项目重大变动

清单（试行）》第2条规定，生产、处置或储存能力增大30%及以上的，应当重新报批建设项目的环境影响评价文件，因此公司于2024年4月完成了改扩建项目环评手续。

根据《生态环境部关于进一步规范适用环境行政处罚自由裁量权的指导意见》（环执法[2019]42号）规定：“有下列情形之一的，可以免于处罚。...（3）其他违法行为轻微并及时纠正，没有造成危害后果的。”公司在2023年度虽然存在浴室柜产量超过批准产能30%以上的情况，但已及时按照相关环保规定开展新的环评工作，并于2024年4月完成。公司相关违法行为没有造成危害后果，该行为不属于重大违法行为。

根据公司及子公司取得的无违法违规证明，报告期内，公司及子公司在环境保护领域不存在受到行政处罚的记录。

报告期内，公司环保设施正常有效运转，公司已建立环境保护相关制度，未发生过环保事故，日常环保合法合规，不存在环保违规事项。

第六节 公司治理

一、 公司治理概况

公司自整体变更为股份公司以来，根据《公司法》《证券法》等法律法规的要求，建立并健全了由股东大会、董事会、监事会及高级管理人员组成的法人治理结构，并设置了独立董事、董事会秘书等职务。公司建立了《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《关联交易管理制度》《对外担保管理办法》《对外投资管理办法》《承诺管理制度》《利润分配管理制度》《投资者关系管理制度》《总经理工作细则》《独立董事工作制度》《董事会秘书工作细则》等制度。

股份公司设立后，公司各项内控制度均得以有效执行，公司股东会、董事会、监事会及管理层相互独立、权责明确、相互监督，形成了科学高效的公司治理体系。公司的股东、董事、监事和高级管理人员均按照制度规定行使权利、履行义务，共同致力于公司高效、规范运行的目标。

1、股东会建立健全及运行情况

2023年11月20日，股份公司召开2023年第一次股东大会，审议通过了《公司章程》《股东大会议事规则》等。

股份公司设立后，公司股东会运作规范，在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律法规和公司章程的规定。

2、董事会建立健全及运行情况

2023年11月20日，股份公司召开2023年第一次股东大会，选举产生了股份公司第一届董事会成员，并审议通过了《董事会议事规则》。2023年11月20日，公司召开了第一届董事会第一次会议，选举了董事长及任命公司高级管理人员。

股份公司设立后，公司董事会运作规范，在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律法规和公司章程的规定。

3、监事会建立健全及运行情况

2023年11月20日，股份公司召开2023年第一次股东大会，选举产生了股份公司第一届监事会非职工代表监事，并审议通过了《监事会议事规则》。2023年11月20日，股份公司召开第一届职工代表大会第一次会议，选举了第一届监事会职工代表监事。2023年11月20日，公司召开了第一届监事会第一次会议，选举了监事会主席。

股份公司设立后，公司监事会运作规范，在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律法规和公司章程的规定。

4、独立董事制度的建立健全和运行情况

根据《公司法》和《公司章程》等有关规定，公司制定了《独立董事工作制度》。公司董事会设 2 名独立董事，达到董事会总人数的三分之一，其中 1 名为会计专业人员。

公司独立董事自聘任以来，依照国家法律、法规和《公司章程》有关规定履行职权，出席董事会会议，对完善公司法人治理结构和规范运作发挥了积极作用。

5、董事会秘书制度的建立健全及运行情况

根据《公司法》和《公司章程》等有关规定，公司制定了《董事会秘书工作细则》。公司设董事会秘书 1 名，对董事会负责。

公司董事会秘书自聘任以来，严格按照《公司法》《公司章程》和《董事会秘书工作细则》等规定，勤勉尽职地履行职权，在公司法人治理结构的完善、投资者关系管理、信息披露事务、主要管理制度的制定等方面发挥了积极的作用。

二、 特别表决权

截至本招股说明书签署日，发行人不存在特别表决权股份或类似安排的情况。

三、 内部控制情况

（一）管理层对内部控制完整性、合理性及有效性的自我评估意见

公司董事会对公司的内部控制情况进行了自查和评估后认为：

公司已建立了比较完善的内部控制制度并且有效地贯彻执行，符合国家有关法律、法规的要求，内部控制制度合法、合理且有效，能够适应公司管理的要求和发展的需要。公司内部控制制度涵盖法人治理、经营管理、生产活动等各个环节，形成了较为科学合理的决策、执行和监督机制，内部控制活动能够较为顺畅地得以贯彻执行，能有效控制公司的内外部风险，保证公司的规范运作和业务活动的正常进行，保护公司资产的安全和完整，能够对编制真实、公允的财务报表提供合理的保证。根据公司非财务报告内部控制重大缺陷认定情况，于内部控制评价报告基准日，公司未发现非财务报告内部控制重大缺陷。

（二）注册会计师对发行人内部控制的鉴证意见

天健会计师为发行人出具了“天健审（2025）3-392 号”内部控制审计报告，其结论意见如下：“我们认为，玫瑰岛公司于 2024 年 12 月 31 日按照《企业内部控制基本规范》和相关规定在所有

重大方面保持了有效的财务报告内部控制。”

四、 违法违规情况

报告期内，发行人不存在因重大违法违规行为而受到相关行政处罚情况。

五、 资金占用及资产转移等情况

报告期内，公司存在为控股股东伟杉管理代垫员工住房公积金的情形，2022 年发生金额为 570.00 元，2023 年发生金额为 855.00 元，截至报告期末，控股股东已归还上述代垫费用。

除上述情况外，报告期内，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用的情形；公司不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保、承担成本或费用等情形；公司不存在向控股股东、实际控制人及其所控制的其他企业输送利益、损害公司利益的情形。

六、 同业竞争情况

（一）同业竞争情况

报告期内，实际控制人之一肖杉持股 100% 的北京玫瑰岛曾经与发行人存在同业竞争情况，具体情况如下：

1、报告期内北京玫瑰岛与发行人的具体竞争情况

报告期内，北京玫瑰岛曾作为发行人在北京地区的经销商，其主营业务为淋浴房等卫浴产品的销售，其经营范围为：“销售卫生间用具、日用品。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）”。

发行人的主营业务为淋浴房、浴室柜、智能马桶、花洒等全卫定制产品及全景门、生态门、玻璃金属柜类等定制家居产品的研发、设计、生产及销售。公司经营范围为：“一般项目：家居用品制造；家居用品销售；家具制造；家具销售；家具安装和维修服务；卫生洁具制造；卫生洁具销售；卫生洁具研发；卫生陶瓷制品制造；卫生陶瓷制品销售；五金产品制造；五金产品零售；五金产品研发；五金产品批发；门窗制造加工；门窗销售；货物进出口；技术进出口。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）【上述经营范围涉及：货物或技术进出口（国家禁止

或涉及行政审批的货物和技术进出口除外）。】”。

报告期内，北京玫瑰岛与发行人在主营业务及经营范围上存在重合，与发行人构成同业竞争关系。

2、是否存在非公平竞争、利益输送、商业机会让渡的情形，是否损害发行人利益

发行人重视北京地区零售业务市场，但发行人在北京地区一直未能寻找到合适的经销商合作，且发行人在 2023 年及之前的经营战略是零售业务采用经销模式、不开设直营门店，故由实际控制人肖杉设立了北京玫瑰岛作为发行人在北京地区的经销商。发行人当时不在北京地区开展直营零售业务是基于当时情况的正常商业决策，并不存在发行人将商业机会让渡给北京玫瑰岛的情况。

北京玫瑰岛仅在北京地区销售从发行人处采购的淋浴房等卫浴产品，不存在其他业务，其作为发行人经销商实质上与发行人主要属于经销合作关系，而非业务竞争关系，因此北京玫瑰岛与公司不存在非公平竞争情况。北京玫瑰岛采购发行人卫浴产品与发行人其他非关联经销商适用同样的价格体系，北京玫瑰岛与发行人之间不存在非公允的关联交易，不存在利益输送情况。

北京玫瑰岛 2022 年度、2023 年度、2024 年度的营业收入分别为 1,456.61 万元、-4.26 万元、0 万元，金额较小且已停止经营。报告期内，北京玫瑰岛在主营业务及经营范围上与公司存在重合，构成同业竞争关系，但该同业竞争不会对公司生产经营构成重大不利影响，不存在损害公司利益的情况。

综上，北京玫瑰岛与公司不存在非公平竞争、利益输送、商业机会让渡的情形，不存在损害公司利益的情况。

3、规范同业竞争措施的有效性、具体执行情况

为了规范同业竞争情况，北京玫瑰岛于 2022 年 7 月将其经销权及相关经营性资产转让给不存在关联关系的第三方经销商北京玖合辉商贸有限公司。截至报告期末，北京玫瑰岛已停止经营，并且实际控制人肖杉计划清算注销北京玫瑰岛。因北京玫瑰岛与其租赁的卖场门店出租方终止合作，北京玫瑰岛存在因租赁合同约定的押金退还期限未届满暂无法退回的情况，以及存在部分客户应收款项暂未收回的情况，因此暂未对公司进行清算注销。

实际控制人肖杉已于 2024 年 6 月 3 日出具如下承诺：“截至本承诺函出具日，北京玫瑰岛卫浴有限公司已停止开展新业务，本人承诺将来亦不会再运营该公司。北京玫瑰岛因停止经营而提前与商场终止合作，商场暂未退回北京玫瑰岛的部分门店押金，以及北京玫瑰岛存在部分客户款项未收回等情况，所以暂未对北京玫瑰岛进行注销。本人承诺，待上述事项全部处理完成后，立即对北京玫瑰岛进行清算注销。如本人违反上述承诺，则因此而取得的相关收益将全部归公司所有；如因本人未履行前述承诺而给公司造成损失的，本人将给予全部赔偿。如本人在公司要求后十个工作日内未给予全部赔偿，则公司有权将与其损失相等金额的应付本人现金分红予以截留，直至本人给予

全部赔偿。”

鉴于北京玫瑰岛目前已停止经营，北京玫瑰岛与公司已不存在业务竞争关系，不存在对公司生产经营构成重大不利影响的情况，公司规范同业竞争措施具有有效性。

除上述情况外，报告期内，发行人不存在其他同业竞争情况。

（二）关于避免同业竞争的承诺及履行情况

公司控股股东、实际控制人在全国股转系统挂牌前出具了《关于避免同业竞争的承诺函》。自该承诺函签署之日起，公司控股股东、实际控制人均按照《承诺函》的内容履行相应的承诺，截至本招股说明书签署日，未发生违反该承诺事项的情形。

为避免今后出现同业竞争情形，维护公司的利益和保证公司的长期稳定发展，公司控股股东、实际控制人出具《关于避免同业竞争的承诺》，详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“5、关于避免同业竞争的承诺”之相关内容。

七、关联方、关联关系和关联交易情况

（一）关联方的认定

根据《公司法》《企业会计准则》及《北京证券交易所股票上市规则》等相关规定，截至本招股说明书签署日，公司关联方及其关联关系如下：

1、控股股东、实际控制人

关联方姓名	与公司关系	直接持股比例	间接持股比例
中山市伟杉企业管理有限公司	控股股东	72.20%	-
徐伟	董事长、实际控制人之一	-	7.22%
肖杉	总经理、实际控制人之一	8.66%	64.98%
徐思佳	董事、副总经理、实际控制人之一	7.46%	2.66%

2、控股股东、实际控制人控制的除控股股东、发行人及其子公司以外的其他企业

关联方名称	与公司关系
北京玫瑰岛卫浴有限公司	肖杉持股 100%，肖杉的弟弟（肖有进）担任经理、执行董事
北京开源一亩文化有限公司	肖杉持股 10%，徐思佳持股 90%
北京地长一亩文化有限公司	肖杉持股 10%，徐思佳持股 90%
北京辟流一亩科技有限公司	肖杉持股 10%，徐思佳持股 90%
深圳龙格投资管理有限公司	徐思佳持股 70%，并担任执行董事；徐思佳配偶（李龙）持股 30%，并担任监事

中山市龙吟企业管理中心（有限合伙）	徐思佳持有 56.22%的合伙份额，并担任执行事务合伙人
天杉置业（广东）有限公司	徐思佳持股 100%且担任执行董事，肖杉的弟弟（肖有进）担任总经理

3、其他直接或间接持股 5%以上的股东

关联方姓名	与公司关系	直接持股比例	间接持股比例
中山市虎嗅企业管理中心（有限合伙）	公司股东	5.80%	-

4、发行人控股及参股公司

关联方名称	与公司关系
广东玫瑰岛卫浴科技有限公司	全资子公司
广东壹捌伍捌家居有限公司	全资子公司
深圳牧浴家居有限公司	全资子公司
北京玫瑰岛定制家居有限公司	全资子公司
中山市全景智能家居有限公司	全资子公司
丹萨尼卫浴（中山）有限公司	参股公司，公司持有其 33.33%的股权

5、其他关联自然人

关联方姓名	与公司关系
李多培	董事
罗进辉	独立董事
罗勇坚	独立董事
陈燕兰	监事会主席
刘称林	监事
唐志喜	职工代表监事
李龙	副总经理、董事会秘书
黄磊	副总经理
李云	财务总监
肖有进	任伟杉管理经理职务

注：除上述已列示的关联自然人外，公司实际控制人、直接或间接持有公司 5%以上股份的自然人以及公司董事、监事、高级管理人员之关系密切的家庭成员，包括配偶、父母、年满十八周岁的子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶，配偶的父母、兄弟姐妹，子女配偶的父母，亦均为公司的关联自然人。

6、其他关联法人

关联方名称	与公司关系
深圳市万晟达股权投资合伙企业（有限合伙）	徐伟持有合伙份额 33.00%
重庆市涪陵区相寿建材有限公司	肖杉父亲（肖大森）持股 100%
中山市星希望照明电器有限公司	刘称林之弟（刘卫华）系该公司副总经理

天津市东丽区玫瑰岛建材经营部	唐志喜之兄（唐志林）为企业经营者
天津市滨海新区志林建材经营部	唐志喜之兄（唐志林）为企业经营者
北京合盛兴昌建材经营部（吊销，尚未注销）	唐志喜之兄（唐志林）为企业经营者
天津玫瑰岛建筑材料销售有限公司	唐志喜之兄（唐志林）持股 50%，为该公司的监事
誉倩品牌策划（东莞）有限公司	黄磊配偶（孙誉倩）持股 100%，任执行董事、经理、财务负责人
广东誉友科技服务有限公司	黄磊配偶（孙誉倩）持股 57%，任执行董事、经理；黄磊之兄（黄耿）持有 5%
东莞誉友知识产权代理有限公司	黄磊配偶（孙誉倩）任经理，誉倩品牌策划（东莞）有限公司持股 55%
Dansani Kina Holding A/S	参股子公司丹萨尼卫浴（中山）有限公司的控股股东
Dansani A/S	持有 Dansani Kina Holding A/S 50%的股权
厦门抱朴石私募基金管理有限公司	罗勇坚持股 51%，并任总经理、董事
上海六和岛信息科技有限公司	罗勇坚持股 70%，并任董事
苏州淞盈创联投资有限公司	罗勇坚持股 20%
厦门岭岚海投资合伙企业（有限合伙）	罗勇坚担任执行事务合伙人
上海吉盟咨询策划合伙企业（有限合伙）	罗勇坚持有 49%的合伙份额
北京人鸿企业管理发展中心（有限合伙）	罗勇坚持有 24.04%的合伙份额

7、关联方变化情况

自 2022 年 1 月 1 日至本招股说明书签署日，公司曾经的关联方变动情况如下：

关联方名称	与公司关系	变动情况
左洪	曾任公司监事	2023 年 11 月离任
海纳尔（深圳）科技有限公司	李龙曾持股 70%，并担任执行董事，总经理	该公司于 2024 年 1 月 16 日注销
中山市港汇房地产投资有限公司	徐伟曾担任董事	徐伟于 2024 年 4 月 29 日辞去该公司董事职务
中山市华杰安防设备商行	曹松华之弟（曹建华）曾经营的企业	该企业 2023 年 11 月 17 日已注销
中山市集采五金商行	曹松华之弟（曹建华）曾经营的企业	曹建华已于 2023 年 11 月 8 日退出该企业
中山市领新信息科技有限公司	曹松华之弟（曹建华）持股 49%，且任该公司执行董事、经理、财务负责人	曹松华已于 2025 年 4 月 17 日辞去公司董事职务
天津市滨海新区兴盛达建材经营部	唐志喜之兄（唐志林）曾为企业经营者	该企业于 2022 年 12 月 28 日注销
广东亚恒科技有限公司	黄磊配偶（孙誉倩）曾持股 67%，黄磊之兄（黄耿）曾持股 33%并担任执行董事、总经理	孙誉倩、黄耿于 2023 年 11 月 29 日退出该公司
广东誉睿科技有限公司	黄磊配偶（孙誉倩）曾通过广东誉友科技服务有限公司间接持股 45.6%，并任执行董事、总经理	该公司于 2022 年 9 月 6 日注销

亚恒科技（东莞）有限公司	黄磊的配偶孙誉倩曾通过广东亚恒科技有限公司控制该企业，黄磊之兄（黄耿）曾任财务负责人	该公司于 2023 年 3 月 1 日注销
誉友科技服务（云南）有限公司	黄磊配偶（孙誉倩）曾通过广东誉友科技服务有限公司间接持股 39.9%，且任监事	该公司于 2024 年 7 月 23 日注销
曹松华	曾任公司董事	曹松华已于 2025 年 4 月 17 日辞去公司董事职务

（二）关联交易情况

报告期内，公司关联交易简要汇总情况如下：

单位：万元

类别	关联方	关联交易内容	2024 年度 /2024 年 12 月 31 日	2023 年度 /2023 年 12 月 31 日	2022 年度 /2022 年 12 月 31 日
经常性关联交易	中山市集采五金商行	采购商品	77.29	87.75	-
	天津玫瑰岛建筑材料销售有限公司	采购商品	0.15	-	-
	Dansani A/S	销售商品	1,037.13	815.88	639.17
	丹萨尼卫浴（中山）有限公司	销售商品	-	1.98	3.98
	北京玫瑰岛卫浴有限公司	销售商品	-	2.50	419.60
	天津玫瑰岛建筑材料销售有限公司	销售商品	312.17	340.62	368.39
	肖杉	租赁房屋建筑物	528.86	528.86	528.86
	徐思佳	租赁房屋建筑物	6.24	5.72	-
	徐伟、肖杉、徐思佳	关联担保	具体内容详见下文		
偶发性关联交易	肖杉、徐思佳	资金拆借（拆入）	具体内容详见下文		
关键管理人员报酬	董监高	董监高薪酬	659.60	331.57	421.22
关联方往来余额		应收关联方款项	166.36	146.33	818.98
		应付关联方款项	154.93	164.69	158.05

1、经常性关联交易

（1）采购商品

单位：万元

关联方名称	关联交易内容	2024 年度	2023 年度	2022 年度
中山市集采五金商行	采购五金配件	77.29	87.75	-
天津玫瑰岛建筑材料销售有限公司	采购淋浴房	0.15	-	-
合计		77.44	87.75	-

营业成本	56,835.44	52,030.64	51,001.74
采购金额占营业成本的比例	0.14%	0.17%	0.00%

报告期内，公司向关联方采购商品的金额分别为 0 万元、87.75 万元和 77.44 万元，占当期营业成本的比例分别为 0.00%、0.17%和 0.14%，金额及占比均较小。公司向关联方采购的商品主要为五金配件，交易价格按照市场价格由双方协商确定，不存在显失公允的情形，不存在通过关联方利益输送及调节利润的情形。

（2）销售商品

单位：万元

关联方名称	关联交易内容	2024 年度	2023 年度	2022 年度
Dansani A/S	淋浴房	1,037.13	815.88	639.17
丹萨尼卫浴（中山）有限公司	淋浴房	-	1.98	3.98
北京玫瑰岛卫浴有限公司	淋浴房	-	2.50	419.60
天津玫瑰岛建筑材料销售有限公司	淋浴房	312.17	340.62	368.39
合计		1,349.30	1,160.97	1,431.15
营业收入		82,317.80	77,588.60	75,244.49
销售金额占营业收入的比例		1.64%	1.50%	1.90%

报告期内，公司向关联方销售产品的金额分别为 1,431.15 万元、1,160.97 万元和 1,349.30 万元，占当期营业收入的比例分别为 1.90%、1.50%和 1.64%。报告期内，公司向关联方销售的产品主要是淋浴房，公司与关联方之间的交易价格按照市场价格由双方协商确定，不存在显失公允的情形，不存在通过关联方利益输送及调节利润的情形。

（3）关联方租赁情况

单位：万元

关联方名称	关联交易内容	2024 年度	2023 年度	2022 年度
肖杉	房屋建筑物	528.86	528.86	528.86
徐思佳	房屋建筑物	6.24	5.72	-
合计		535.10	534.58	528.86

报告期内，公司存在向关联方租赁房屋建筑物的情况，金额分别为 528.86 万元、534.58 万元和 535.10 万元，公司向实际控制人肖杉承租的房屋建筑物用于母公司生产车间及办公场所，公司向实际控制人徐思佳承租的房屋主要用于员工宿舍。报告期内，公司向关联方承租的房屋建筑租金参照市场同类房屋租赁价格并由双方协商确定，不存在显失公允的情形，不存在通过关联方利益输送及调节利润的情形。

（4）关联担保

担保对象	担保金额 (万元)	担保期间	担保 类型	责任 类型	是否履行 必要决策	担保事项对公司持续经营 能力的影响分析

					程序	
徐伟、肖杉	4,500.00	2017/3/28-2027/3/28	保证	连带	是	有利于增强公司持续经营能力以及降低公司财务风险
徐伟、肖杉	6,000.00	2019/3/1-2029/3/1	保证	连带	是	有利于增强公司持续经营能力以及降低公司财务风险
肖杉	5,650.56	2017/3/22-2027/3/22	抵押	连带	是	有利于增强公司持续经营能力以及降低公司财务风险
肖杉	9,450.00	2021/5/13-2024/5/12	保证	连带	是	有利于增强公司持续经营能力以及降低公司财务风险
徐伟、肖杉	9,000.00	2022/2/21-2032/12/31	保证	连带	是	有利于增强公司持续经营能力以及降低公司财务风险
徐思佳	9,000.00	2022/2/21-2032/12/31	保证	连带	是	有利于增强公司持续经营能力以及降低公司财务风险
肖杉	9,000.00	2022/2/21-2032/12/31	抵押	连带	是	有利于增强公司持续经营能力以及降低公司财务风险

报告期内，公司实际控制人徐伟、肖杉、徐思佳存在为公司银行借款提供担保的情况，该担保不向公司收取任何费用，为无偿担保，因此，不存在损害公司及其他股东利益的情形。

2、关键管理人员薪酬

报告期内，公司向董事、监事、高级管理人员支付的薪酬情况如下：

单位：万元

单位名称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
关键管理人员薪酬	659.60	331.57	421.22

3、关联方往来情况及余额

(1) 关联方资金拆借

单位：万元

关联方名称	2024 年度			
	期初余额	增加额	减少额	期末余额
徐思佳	46.46	0.12	46.58	-
合计	46.46	0.12	46.58	-
关联方名称	2023 年度			
	期初余额	增加额	减少额	期末余额
徐思佳	44.53	1.92	-	46.46
合计	44.53	1.92	-	46.46
关联方名称	2022 年度			
	期初余额	增加额	减少额	期末余额
肖杉	928.97	40.21	969.18	-
徐思佳	42.61	1.92	-	44.53
合计	971.58	42.13	969.18	44.53

注：截至报告期初，公司拆借徐思佳资金余额为 42.61 万元，其中，本金为 41.26 万元，利息为 1.35

万元，2022 年及 2023 年，公司对徐思佳资金拆借“增加额”均为按照拆借本金计提的利息；截至报告期初，公司拆借肖杉资金余额为 928.97 万元，其中，本金为 864.60 万元，利息为 64.37 万元，2022 年公司对肖杉资金拆借“增加额”为 2022 年度按照拆借本金计提的利息。

报告期内，公司因日常经营资金需要存在向实际控制人肖杉和徐思佳拆借资金的情况，公司根据资金需求向实际控制人分别拆借资金，并支付合理的资金成本。2022 年度，公司偿还并结清了向实际控制人肖杉借款的本金和利息；2024 年度，公司偿还并结清了向实际控制人徐思佳借款的本金和利息。报告期内，公司对实际控制人的借款利率按照公司银行借款利率进行结算，定价公允，不存在损害公司及其股东利益或其他利益输送的情形。

(2) 应收关联方款项

单位：万元

单位名称	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日	款项性质
	账面金额	账面金额	账面金额	
(1) 应收账款		-	-	-
丹萨尼卫浴（中山）有限公司	-	2.23	-	货款
Dansani A/S	166.36	143.06	147.18	货款
北京玫瑰岛卫浴有限公司		-	662.93	货款
小计	166.36	145.29	810.11	-
(2) 其他应收款		-	-	-
徐思佳	-	1.04	-	房租押金
中山市伟杉企业管理有限公司	-	-	0.06	代垫费用
小计	-	1.04	0.06	-
(3) 预付款项				-
肖杉	-	-	8.81	厂房租金税费
小计	-	-	8.81	-
合计	166.36	146.33	818.98	-

(3) 应付关联方款项

单位：万元

单位名称	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日	款项性质
	账面金额	账面金额	账面金额	
(1) 应付账款				
中山市集采五金商行	18.12	9.73	-	材料款
小计	18.12	9.73	-	-
(2) 合同负债				
天津玫瑰岛建筑材料销售有限公司	13.24	14.27	24.26	货款
小计	13.24	14.27	24.26	
(3) 其他应付款				
丹萨尼卫浴（中山）有	89.26	89.26	89.26	出资款

限公司				
北京玫瑰岛卫浴有限公司	22.42	-	-	应付未付费用
徐思佳	5.24	48.43	44.53	资金拆借款、报销款
肖杉	0.62	-	-	报销款
李龙	6.03	2.99	-	报销款
小计	123.57	140.68	133.79	-
合计	154.93	164.69	158.05	-

4、关联交易对公司财务状况和经营成果的影响

报告期内，公司发生的关联交易主要系正常经营需要，具有真实的交易背景，具有合理性且交易价格公允，不存在损害公司及非关联股东利益的情形，不存在对发行人或关联方的利益输送，对公司财务状况和经营成果均不构成重大不利影响。

（三）关联交易决策程序及执行情况

2024 年 4 月 5 日和 2024 年 4 月 26 日，公司分别召开第一届董事会第二次会议和 2023 年年度股东大会，审议通过了《关于追认广东玫瑰岛家居股份有限公司 2022 年度、2023 年度关联交易的议案》《关于预计广东玫瑰岛家居股份有限公司 2024 年度日常性关联交易的议案》，对公司 2022 年度、2023 年度的关联交易情况进行了确认，并对 2024 年度日常性关联交易情况进行了预计。

2025 年 4 月 28 日和 2025 年 5 月 20 日，公司分别召开第一届董事会第六次会议、第一届监事会第五次会议和 2024 年年度股东大会，审议通过《关于预计 2025 年度日常性关联交易的议案》，对公司 2025 年度日常性关联交易情况进行了预计。独立董事对该关联交易情况发表了事前认可意见和独立意见。

公司已分别在《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《关联交易管理制度》等制度中明确规定了关联交易的审议决策程序，保证关联交易公平、公允。自公司在全国股转系统挂牌以来，公司严格按照《公司章程》《关联交易管理制度》以及全国股转公司业务规则的规定履行了关联交易决策程序及信息披露义务。

（四）减少和规范关联交易的具体安排

公司依照《公司法》等法律、法规建立了规范、健全的法人治理结构，公司制定的《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《独立董事工作制度》《关联交易管理制度》《对外担保管理制度》等规章制度，对关联交易决策权力和程序作出了详细的规定，有利于公司规范和减少关联交易，保证关联交易的公开、公平、公正。

此外，公司建立健全了规范的独立董事制度，公司的独立董事将在规范和减少关联交易方面发挥重要作用，积极保护公司和中小投资者的合法权益。

公司控股股东及全体董事、监事、高级管理人员签署了《关于减少和规范关联交易的承诺》，具体内容请参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“6、关于减少和规范关联交易的承诺”相关内容。

八、其他事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在需要披露的其他事项。

第七节 财务会计信息

一、 发行人最近三年及一期的财务报表

(一) 合并资产负债表

单位：元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	99,630,321.56	103,654,118.48	79,955,218.01
结算备付金			
拆出资金			
交易性金融资产	80,609,596.42	85,043,782.83	148,519,854.42
衍生金融资产			
应收票据			241,030.84
应收账款	151,802,811.57	120,796,822.43	115,341,124.13
应收款项融资	373,707.70		
预付款项	3,803,448.92	4,552,769.88	1,650,129.91
应收保费			
应收分保账款			
应收分保合同准备金			
其他应收款	5,606,304.72	3,888,947.36	2,610,104.94
其中：应收利息		0.27	1,147.33
应收股利			
买入返售金融资产			
存货	218,962,855.18	169,981,984.11	159,568,838.24
合同资产	1,977,528.72	2,810,592.90	3,382,534.06
持有待售资产			
一年内到期的非流动资产			
其他流动资产	1,080,841.80	15,909.94	1,190,307.49
流动资产合计	563,847,416.59	490,744,927.93	512,459,142.04
非流动资产：			
发放贷款及垫款			
债权投资			
其他债权投资			
长期应收款			
长期股权投资			
其他权益工具投资			
其他非流动金融资产			
投资性房地产			
固定资产	139,197,606.80	139,742,110.78	133,989,761.86
在建工程	5,049,682.83	7,074,031.00	6,730,571.97
生产性生物资产			
油气资产			
使用权资产	27,592,480.78	30,806,067.14	34,823,221.23
无形资产	30,747,421.92	29,946,686.28	30,942,119.64
开发支出			
商誉	2,349,058.11		

长期待摊费用	7,486,392.16	7,846,833.66	2,310,833.90
递延所得税资产	11,522,304.29	7,307,382.83	5,927,257.98
其他非流动资产	9,924,259.55	10,755,622.06	6,356,355.62
非流动资产合计	233,869,206.44	233,478,733.75	221,080,122.20
资产总计	797,716,623.03	724,223,661.68	733,539,264.24
流动负债：			
短期借款	2,792,002.07	5,958,902.55	60,061,666.67
向中央银行借款			
拆入资金			
交易性金融负债			
衍生金融负债			
应付票据			
应付账款	84,387,776.97	91,925,152.84	74,066,898.07
预收款项			
合同负债	100,454,430.17	78,930,337.94	87,208,116.32
卖出回购金融资产款			
吸收存款及同业存放			
代理买卖证券款			
代理承销证券款			
应付职工薪酬	32,480,196.33	28,677,124.23	27,333,399.28
应交税费	20,079,884.42	35,986,313.97	35,672,888.63
其他应付款	8,030,848.51	6,497,024.34	5,063,294.04
其中：应付利息			
应付股利			
应付手续费及佣金			
应付分保账款			
持有待售负债			
一年内到期的非流动负债	5,115,468.80	4,041,806.72	1,832,356.15
其他流动负债	4,495,366.49	3,386,838.10	2,923,635.45
流动负债合计	257,835,973.76	255,403,500.69	294,162,254.61
非流动负债：			
保险合同准备金			
长期借款			
应付债券			
其中：优先股			
永续债			
租赁负债	25,353,784.71	29,030,473.21	32,820,559.78
长期应付款			
长期应付职工薪酬			
预计负债	1,884,263.75	3,264,499.60	3,170,872.03
递延收益	1,094,999.96	1,241,000.00	1,387,000.00
递延所得税负债			
其他非流动负债			
非流动负债合计	28,333,048.42	33,535,972.81	37,378,431.81
负债合计	286,169,022.18	288,939,473.50	331,540,686.42
所有者权益（或股东权益）：			
股本	60,280,000.00	60,000,000.00	53,216,000.00
其他权益工具			
其中：优先股			

永续债			
资本公积	214,311,204.15	207,528,057.05	16,405,913.22
减：库存股			
其他综合收益			
专项储备			
盈余公积	6,486,367.49	3,162,267.24	23,327,594.58
一般风险准备			
未分配利润	230,470,029.21	164,593,863.89	309,049,070.02
归属于母公司所有者权益合计	511,547,600.85	435,284,188.18	401,998,577.82
少数股东权益			
所有者权益合计	511,547,600.85	435,284,188.18	401,998,577.82
负债和所有者权益总计	797,716,623.03	724,223,661.68	733,539,264.24

法定代表人：肖杉

主管会计工作负责人：李云

会计机构负责人：李云

（二） 母公司资产负债表

√适用□不适用

单位：元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	79,977,108.68	64,734,942.12	66,873,599.92
交易性金融资产	80,609,596.42	85,043,782.83	148,519,854.42
衍生金融资产			
应收票据			241,030.84
应收账款	114,233,609.56	89,584,356.79	79,591,271.43
应收款项融资	373,707.70		
预付款项	2,157,993.07	2,233,160.83	1,043,616.89
其他应收款	4,209,847.82	27,041,213.64	37,847,290.02
其中：应收利息			
应收股利			
买入返售金融资产			
存货	158,378,183.76	111,252,880.40	109,038,516.81
合同资产	1,977,528.72	2,810,592.90	3,382,534.06
持有待售资产			
一年内到期的非流动资产			
其他流动资产	212,045.58		
流动资产合计	442,129,621.31	382,700,929.51	446,537,714.39
非流动资产：			
债权投资			
其他债权投资			
长期应收款			
长期股权投资	104,487,539.86	104,264,070.59	102,016,445.21
其他权益工具投资			
其他非流动金融资产			
投资性房地产			
固定资产	5,694,057.83	5,189,578.00	4,520,610.81
在建工程	1,213,500.00	1,943,057.69	47,886.80
生产性生物资产			
油气资产			
使用权资产	27,242,832.73	30,806,067.14	34,823,221.23

无形资产	1,801,146.56		5,097.10
开发支出			
商誉			
长期待摊费用	6,560,662.56	5,768,086.13	574,960.55
递延所得税资产	7,573,413.61	5,992,132.91	4,293,346.35
其他非流动资产	9,061,544.05	8,450,434.63	4,805,788.93
非流动资产合计	163,634,697.20	162,413,427.09	151,087,356.98
资产总计	605,764,318.51	545,114,356.60	597,625,071.37
流动负债：			
短期借款	2,792,002.07	5,958,902.55	60,061,666.67
交易性金融负债			
衍生金融负债			
应付票据			
应付账款	89,311,312.91	65,247,828.05	56,104,963.32
预收款项			
卖出回购金融资产款			
应付职工薪酬	21,052,277.51	19,803,402.25	19,488,578.00
应交税费	19,026,627.11	34,633,269.17	29,802,509.86
其他应付款	4,126,223.55	3,363,479.61	2,660,126.85
其中：应付利息			
应付股利			
合同负债	93,537,682.95	76,978,280.85	85,599,284.14
持有待售负债			
一年内到期的非流动负债	4,938,046.97	4,041,806.72	1,832,356.15
其他流动负债	4,007,360.63	3,361,827.88	2,906,438.27
流动负债合计	238,791,533.70	213,388,797.08	258,455,923.26
非流动负债：			
长期借款			
应付债券			
其中：优先股			
永续债			
租赁负债	25,353,784.71	29,030,473.21	32,820,559.78
长期应付款			
长期应付职工薪酬			
预计负债	1,884,263.75	3,264,499.60	3,170,872.03
递延收益			
递延所得税负债			
其他非流动负债			
非流动负债合计	27,238,048.46	32,294,972.81	35,991,431.81
负债合计	266,029,582.16	245,683,769.89	294,447,355.07
所有者权益：			
股本	60,280,000.00	60,000,000.00	53,216,000.00
其他权益工具			
其中：优先股			
永续债			
资本公积	214,311,204.15	207,528,057.05	16,405,913.22
减：库存股			
其他综合收益			
专项储备			

盈余公积	6,486,367.49	3,162,267.24	23,327,594.58
一般风险准备			
未分配利润	58,657,164.71	28,740,262.42	210,228,208.50
所有者权益合计	339,734,736.35	299,430,586.71	303,177,716.30
负债和所有者权益合计	605,764,318.51	545,114,356.60	597,625,071.37

(三) 合并利润表

单位：元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
一、营业总收入	823,177,984.22	775,885,950.65	752,444,899.45
其中：营业收入	823,177,984.22	775,885,950.65	752,444,899.45
利息收入			
已赚保费			
手续费及佣金收入			
二、营业总成本	726,072,854.49	649,631,563.37	611,068,938.28
其中：营业成本	568,354,402.77	520,306,441.67	510,017,393.91
利息支出			
手续费及佣金支出			
退保金			
赔付支出净额			
提取保险责任准备金净额			
保单红利支出			
分保费用			
税金及附加	5,752,379.56	6,348,486.22	5,176,315.70
销售费用	71,507,334.44	52,118,375.15	36,920,598.09
管理费用	48,658,338.27	41,119,918.42	32,348,093.55
研发费用	32,711,922.92	29,142,074.36	28,794,220.63
财务费用	-911,523.47	596,267.55	-2,187,683.60
其中：利息费用	1,863,210.26	2,271,084.08	4,618,877.36
利息收入	347,292.51	512,891.67	558,883.20
加：其他收益	5,075,919.65	1,066,456.15	1,131,394.77
投资收益（损失以“-”号填列）	-1,857,627.07	288,295.08	-1,964,808.04
其中：对联营企业和合营企业的投资收益			-247,170.55
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益（损失以“-”号填列）	-2,432,808.99	-1,448,339.95	
汇兑收益（损失以“-”号填列）			
净敞口套期收益（损失以“-”号填列）			
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	1,404,274.55	43,782.83	419,854.42
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-13,052,451.70	-8,866,584.99	-7,020,918.34
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-6,588,047.81	-3,823,155.40	-5,944,018.87
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-121,346.95	38,057.55	-632.19
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	81,965,850.40	115,001,238.50	127,996,832.92

加：营业外收入	224,048.81	66,551.10	71,092.92
减：营业外支出	1,143,467.43	2,760,388.06	427,343.92
四、利润总额（亏损总额以“－”号填列）	81,046,431.78	112,307,401.54	127,640,581.92
减：所得税费用	11,846,166.21	16,904,090.69	19,406,633.42
五、净利润（净亏损以“－”号填列）	69,200,265.57	95,403,310.85	108,233,948.50
其中：被合并方在合并前实现的净利润			
（一）按经营持续性分类：			
1.持续经营净利润（净亏损以“－”号填列）	69,200,265.57	95,403,310.85	108,233,948.50
2.终止经营净利润（净亏损以“－”号填列）			
（二）按所有权归属分类：			
1.少数股东损益（净亏损以“－”号填列）			
2.归属于母公司所有者的净利润（净亏损以“－”号填列）	69,200,265.57	95,403,310.85	108,233,948.50
六、其他综合收益的税后净额			
（一）归属于母公司所有者的其他综合收益的税后净额			
1.不能重分类进损益的其他综合收益			
（1）重新计量设定受益计划变动额			
（2）权益法下不能转损益的其他综合收益			
（3）其他权益工具投资公允价值变动			
（4）企业自身信用风险公允价值变动			
（5）其他			
2.将重分类进损益的其他综合收益			
（1）权益法下可转损益的其他综合收益			
（2）其他债权投资公允价值变动			
（3）金融资产重分类计入其他综合收益的金额			
（4）其他债权投资信用减值准备			
（5）现金流量套期储备			
（6）外币财务报表折算差额			
（7）其他			
（二）归属于少数股东的其他综合收益的税后净额			
七、综合收益总额	69,200,265.57	95,403,310.85	108,233,948.50
（一）归属于母公司所有者的综合收益总额	69,200,265.57	95,403,310.85	108,233,948.50
（二）归属于少数股东的综合收益总额			
八、每股收益：			
（一）基本每股收益（元/股）	1.15	1.59	-
（二）稀释每股收益（元/股）	1.15	1.59	-

法定代表人：肖杉

主管会计工作负责人：李云

会计机构负责人：李云

（四） 母公司利润表

√适用□不适用

单位：元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
一、营业收入	532,091,950.66	528,153,453.08	477,327,765.04
减：营业成本	371,160,770.02	350,882,388.44	320,807,220.91
税金及附加	1,995,329.36	2,951,136.39	2,396,648.67
销售费用	57,772,076.82	49,061,062.11	35,407,267.31
管理费用	32,999,245.34	27,400,642.92	20,299,785.23
研发费用	16,863,261.53	16,330,333.30	16,358,370.38
财务费用	1,568,583.63	1,845,644.08	3,802,154.49
其中：利息费用	1,842,539.50	2,251,843.06	4,254,552.99
利息收入	301,807.74	470,392.48	482,865.12
加：其他收益	4,712,234.03	645,244.27	380,435.22
投资收益（损失以“-”号填列）	-1,857,627.07	288,295.08	-1,964,808.04
其中：对联营企业和合营企业的投资收益			-247,170.55
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益（损失以“-”号填列）	-2,432,808.99	-1,448,339.95	
汇兑收益（损失以“-”号填列）			
净敞口套期收益（损失以“-”号填列）			
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	1,404,274.55	43,782.83	419,854.42
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-11,772,347.32	-8,851,485.47	-7,649,043.12
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-2,255,817.90	-1,519,245.30	-2,519,440.67
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-109,957.42	35,144.93	
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	39,853,442.83	70,323,982.18	66,923,315.86
加：营业外收入	89,675.03	57,213.19	58,948.25
减：营业外支出	730,778.94	1,691,902.22	100,786.69
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	39,212,338.92	68,689,293.15	66,881,477.42
减：所得税费用	5,971,336.38	10,318,722.25	9,805,011.36
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	33,241,002.54	58,370,570.90	57,076,466.06
（一）持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	33,241,002.54	58,370,570.90	57,076,466.06
（二）终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）			
五、其他综合收益的税后净额			
（一）不能重分类进损益的其他综合收益			
1.重新计量设定受益计划变动额			
2.权益法下不能转损益的其他综合收益			
3.其他权益工具投资公允价值变动			
4.企业自身信用风险公允价值变动			
5.其他			

(二)将重分类进损益的其他综合收益			
1.权益法下可转损益的其他综合收益			
2.其他债权投资公允价值变动			
3.金融资产重分类计入其他综合收益的金额			
4.其他债权投资信用减值准备			
5.现金流量套期储备			
6.外币财务报表折算差额			
7.其他			
六、综合收益总额	33,241,002.54	58,370,570.90	57,076,466.06
七、每股收益：			
(一)基本每股收益(元/股)			
(二)稀释每股收益(元/股)			

(五) 合并现金流量表

单位：元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务现金	873,789,847.75	826,552,285.90	821,154,701.81
客户存款和同业存放款项净增加额			
向中央银行借款净增加额			
收到原保险合同保费取得的现金			
收到再保险业务现金净额			
保户储金及投资款净增加额			
收取利息、手续费及佣金的现金			
拆入资金净增加额			
回购业务资金净增加额			
代理买卖证券收到的现金净额			
收到的税费返还	9,461,579.06	8,482,059.28	20,408,895.19
收到其他与经营活动有关的现金	20,367,658.98	10,700,281.92	9,281,236.09
经营活动现金流入小计	903,619,085.79	845,734,627.10	850,844,833.09
购买商品、接受劳务支付的现金	573,758,966.35	475,789,812.36	473,100,968.36
客户贷款及垫款净增加额			
存放中央银行和同业款项净增加额			
支付原保险合同赔付款项的现金			
拆出资金净增加额			
支付利息、手续费及佣金的现金			
支付保单红利的现金			
支付给职工以及为职工支付的现金	190,973,210.59	156,191,949.00	125,129,434.23
支付的各项税费	56,033,547.74	50,665,342.85	41,712,542.61
支付其他与经营活动有关的现金	64,001,427.20	47,706,913.08	26,720,169.21
经营活动现金流出小计	884,767,151.88	730,354,017.29	666,663,114.41
经营活动产生的现金流量净额	18,851,933.91	115,380,609.81	184,181,718.68
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	95,794,678.13	148,100,000.00	88,500,000.00
取得投资收益收到的现金	618,965.02	2,157,636.51	214,187.17
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	53,800.00	181,056.34	

处置子公司及其他营业单位收到的现金净额			
收到其他与投资活动有关的现金			
投资活动现金流入小计	96,467,443.15	150,438,692.85	88,714,187.17
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	21,542,259.27	36,887,566.78	15,546,268.82
投资支付的现金	90,000,000.00	85,000,000.00	236,600,000.00
质押贷款净增加额			
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额			
支付其他与投资活动有关的现金	2,193,045.19		
投资活动现金流出小计	113,735,304.46	121,887,566.78	252,146,268.82
投资活动产生的现金流量净额	-17,267,861.31	28,551,126.07	-163,432,081.65
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	2,100,000.00	12,750,000.00	19,296,000.00
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金			
取得借款收到的现金	2,791,115.96	34,958,027.55	60,891,372.71
发行债券收到的现金			
收到其他与筹资活动有关的现金			
筹资活动现金流入小计	4,891,115.96	47,708,027.55	80,187,372.71
偿还债务支付的现金	1,000,000.00	89,000,000.00	60,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	30,108.34	80,863,304.16	2,319,847.77
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润			
支付其他与筹资活动有关的现金	6,834,871.63	3,787,438.62	17,267,664.73
筹资活动现金流出小计	7,864,979.97	173,650,742.78	79,587,512.50
筹资活动产生的现金流量净额	-2,973,864.01	-125,942,715.23	599,860.21
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	31,284.82	788,333.81	936,400.70
五、现金及现金等价物净增加额	-1,358,506.59	18,777,354.46	22,285,897.94
加：期初现金及现金等价物余额	92,062,549.36	73,285,194.90	50,999,296.96
六、期末现金及现金等价物余额	90,704,042.77	92,062,549.36	73,285,194.90

法定代表人：肖杉

主管会计工作负责人：李云

会计机构负责人：李云

（六） 母公司现金流量表

√适用□不适用

单位：元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	576,558,051.62	568,741,705.54	527,629,272.60
收到的税费返还			
收到其他与经营活动有关的现金	61,918,623.88	76,372,591.56	83,987,204.44
经营活动现金流入小计	638,476,675.50	645,114,297.10	611,616,477.04
购买商品、接受劳务支付的现金	414,216,147.90	359,226,554.54	327,333,634.02
支付给职工以及为职工支付的现金	96,519,409.36	82,549,584.00	66,485,612.48
支付的各项税费	41,891,877.29	37,084,335.87	32,411,138.04
支付其他与经营活动有关的现金	67,319,872.69	96,059,805.10	42,089,886.77
经营活动现金流出小计	619,947,307.24	574,920,279.51	468,320,271.31
经营活动产生的现金流量净额	18,529,368.26	70,194,017.59	143,296,205.73
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	95,794,678.13	148,100,000.00	88,500,000.00
取得投资收益收到的现金	618,965.02	2,157,636.51	214,187.17

处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	65,380.54	75,200.00	
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额			
收到其他与投资活动有关的现金			
投资活动现金流入小计	96,479,023.69	150,332,836.51	88,714,187.17
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	7,579,699.42	14,644,348.19	1,620,571.54
投资支付的现金	90,000,000.00	87,000,000.00	236,600,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额			
支付其他与投资活动有关的现金			
投资活动现金流出小计	97,579,699.42	101,644,348.19	238,220,571.54
投资活动产生的现金流量净额	-1,100,675.73	48,688,488.32	-149,506,384.37
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	2,100,000.00	12,750,000.00	19,296,000.00
取得借款收到的现金	2,791,115.96	34,958,027.55	60,891,372.71
发行债券收到的现金			
收到其他与筹资活动有关的现金			
筹资活动现金流入小计	4,891,115.96	47,708,027.55	80,187,372.71
偿还债务支付的现金	1,000,000.00	89,000,000.00	30,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	30,108.34	80,863,304.16	1,937,181.09
支付其他与筹资活动有关的现金	5,892,213.50	3,787,438.62	17,267,664.73
筹资活动现金流出小计	6,922,321.84	173,650,742.78	49,204,845.82
筹资活动产生的现金流量净额	-2,031,205.88	-125,942,715.23	30,982,526.89
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	7,185.75	5.51	2,004.38
五、现金及现金等价物净增加额	15,404,672.40	-7,060,203.81	24,774,352.63
加：期初现金及现金等价物余额	55,646,157.49	62,706,361.30	37,932,008.67
六、期末现金及现金等价物余额	71,050,829.89	55,646,157.49	62,706,361.30

二、 审计意见

2024 年度	
审计意见	无保留意见
审计报告中的特别段落	无
审计报告编号	天健审〔2025〕3-382 号
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
审计机构地址	浙江省杭州市西湖区灵隐街道西溪路 128 号
审计报告日期	2025 年 4 月 28 日
注册会计师姓名	丁晓燕、王巧君
2023 年度	
审计意见	无保留意见
审计报告中的特别段落	无
审计报告编号	天健审〔2024〕3-317 号
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
审计机构地址	浙江省杭州市西湖区灵隐街道西溪路 128 号
审计报告日期	2024 年 6 月 20 日
注册会计师姓名	丁晓燕、王巧君
2022 年度	
审计意见	无保留意见

审计报告中的特别段落	无
审计报告编号	天健审（2024）3-317 号
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
审计机构地址	浙江省杭州市西湖区灵隐街道西溪路 128 号
审计报告日期	2024 年 6 月 20 日
注册会计师姓名	丁晓燕、王巧君

三、 财务报表的编制基准及合并财务报表范围

（一） 财务报表的编制基础

1、编制基础

本公司财务报表以持续经营为编制基础。

2、持续经营能力评价

本公司不存在导致对报告期末起 12 个月内的持续经营能力产生重大疑虑的事项或情况。

（二） 合并财务报表范围及变化情况

1、合并财务报表范围

公司合并财务报表的合并范围以控制为基础确定，截至 2024 年 12 月 31 日，公司合并范围内的子公司信息如下：

序号	企业名称	注册地	注册资本	持股比例		取得方式
				直接	间接	
1	玫瑰岛科技	台山市	10,000 万元	100%	-	设立
2	壹捌伍捌	广州市	500 万元	100%	-	设立
3	牧浴家居	深圳市	200 万元	100%	-	设立
4	玫瑰岛定制	北京市	100 万元	100%	-	设立

2、合并财务报表变化情况

（1）非同一控制下企业合并

报告期内，公司未发生非同一控制下企业合并。

（2）同一控制下企业合并

报告期内，公司未发生同一控制下企业合并。

（3）其他变动

壹捌伍捌成立于 2023 年 6 月 10 日，自成立之日起纳入公司合并财务报表范围；玫瑰岛定制成

立于 2023 年 11 月 20 日，自成立之日起纳入公司合并财务报表范围。

四、 会计政策、估计

（一） 会计政策和会计估计

具体会计政策和会计估计提示：

√适用 □不适用

公司及各子公司根据实际生产经营特点，依据相关企业会计准则的规定，针对金融工具减值、固定资产折旧、使用权资产折旧、无形资产摊销、收入确认等交易或事项制定了具体会计政策和会计估计。具体会计政策详见本节“四、会计政策、估计”之“（一）会计政策和会计估计 1.金融工具 3.固定资产 5.无形资产与开发支出 7.收入”等相关说明。

1. 金融工具

√适用 □不适用

（1）金融资产和金融负债的分类

金融资产在初始确认时划分为以下三类：1）以摊余成本计量的金融资产；2）以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产；3）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

金融负债在初始确认时划分为以下四类：1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债；2）金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债；3）不属于上述 1）或 2）的财务担保合同，以及不属于上述 1）并以低于市场利率贷款的贷款承诺；4）以摊余成本计量的金融负债。

（2）金融资产和金融负债的确认依据、计量方法和终止确认条件

1）金融资产和金融负债的确认依据和初始计量方法

公司成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产或金融负债。初始确认金融资产或金融负债时，按照公允价值计量；对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。但是，公司初始确认的应收账款未包含重大融资成分或公司不考虑未超过一年的合同中的融资成分的，按照《企业会计准则第 14 号——收入》所定义的交易价格进行初始计量。

2）金融资产的后续计量方法

A 以摊余成本计量的金融资产

采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量。以摊余成本计量且不属于任何套期关系的一部

分的金融资产所产生的利得或损失，在终止确认、重分类、按照实际利率法摊销或确认减值时，计入当期损益。

B 以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资

采用公允价值进行后续计量。采用实际利率法计算的利息、减值损失或利得及汇兑损益计入当期损益，其他利得或损失计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入当期损益。

C 以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的权益工具投资

采用公允价值进行后续计量。获得的股利（属于投资成本收回部分的除外）计入当期损益，其他利得或损失计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

D 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

采用公允价值进行后续计量，产生的利得或损失（包括利息和股利收入）计入当期损益，除非该金融资产属于套期关系的一部分。

3) 金融负债的后续计量方法

A 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

此类金融负债包括交易性金融负债（含属于金融负债的衍生工具）和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。对于此类金融负债以公允价值进行后续计量。因公司自身信用风险变动引起的指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的公允价值变动金额计入其他综合收益，除非该处理会造成或扩大损益中的会计错配。此类金融负债产生的其他利得或损失（包括利息费用、除因公司自身信用风险变动引起的公允价值变动）计入当期损益，除非该金融负债属于套期关系的一部分。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

B 金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债

按照《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》相关规定进行计量。

C 不属于上述 A 或 B 的财务担保合同，以及不属于上述 1) 并以低于市场利率贷款的贷款承诺

在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者进行后续计量：① 按照金融工具的减值规定确定的损失准备金额；② 初始确认金额扣除按照《企业会计准则第 14 号——收入》相关规定所确定的累计摊销额后的余额。

D 以摊余成本计量的金融负债

采用实际利率法以摊余成本计量。以摊余成本计量且不属于任何套期关系的一部分的金融负债

所产生的利得或损失，在终止确认、按照实际利率法摊销时计入当期损益。

4) 金融资产和金融负债的终止确认

A 当满足下列条件之一时，终止确认金融资产：

a 收取金融资产现金流量的合同权利已终止；

b 金融资产已转移，且该转移满足《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》关于金融资产终止确认的规定。

B 当金融负债（或其一部分）的现时义务已经解除时，相应终止确认该金融负债（或该部分金融负债）。

（3）金融资产转移的确认依据和计量方法

公司转移了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，继续确认所转移的金融资产。公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：1) 未保留对该金融资产控制的，终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债；2) 保留了对该金融资产控制的，按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：1) 所转移金融资产在终止确认日的账面价值；2) 因转移金融资产而收到的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资）之和。转移了金融资产的一部分，且该被转移部分整体满足终止确认条件的，将转移前金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和继续确认部分之间，按照转移日各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：1) 终止确认部分的账面价值；2) 终止确认部分的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资）之和。

（4）金融资产和金融负债的公允价值确定方法

公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术确定相关金融资产和金融负债的公允价值。公司将估值技术使用的输入值分以下层级，并依次使用：

1) 第一层次输入值是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；2) 第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值，包括：活跃市场中类似资产或负债的报价；非活跃市场中相同或类似资产或负债的报价；除报价以外的其他可观察输入值，如在正常报价间隔期间可观察的利率和收益率曲线等；市场验证的输入值等；3) 第三

层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值，包括不能直接观察或无法由可观察市场数据验证的利率、股票波动率、企业合并中承担的弃置义务的未来现金流量、使用自身数据作出的财务预测等。

（5）金融工具减值

公司以预期信用损失为基础，对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债务工具投资、合同资产、租赁应收款、分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债以外的贷款承诺、不属于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债或不属于金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债的财务担保合同进行减值处理并确认损失准备。

预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。信用损失，是指公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。其中，对于公司购买或源生的已发生信用减值的金融资产，按照该金融资产经信用调整的实际利率折现。

对于购买或源生的已发生信用减值的金融资产，公司在资产负债表日仅将自初始确认后整个存续期内预期信用损失的累计变动确认为损失准备。

对于租赁应收款、由《企业会计准则第 14 号——收入》规范的交易形成的应收款项及合同资产，公司运用简化计量方法，按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。

除上述计量方法以外的金融资产，公司在每个资产负债表日评估其信用风险自初始确认后是否已经显著增加。如果信用风险自初始确认后已显著增加，公司按照整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备；如果信用风险自初始确认后未显著增加，公司按照该金融工具未来 12 个月内预期信用损失的金额计量损失准备。

公司利用可获得的合理且有依据的信息，包括前瞻性信息，通过比较金融工具在资产负债表日发生违约的风险与在初始确认日发生违约的风险，以确定金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。

于资产负债表日，若公司判断金融工具只具有较低的信用风险，则假定该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

公司以单项金融工具或金融工具组合为基础评估预期信用风险和计量预期信用损失。当以金融工具组合为基础时，公司以共同风险特征为依据，将金融工具划分为不同组合。

公司在每个资产负债表日重新计量预期信用损失，由此形成的损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。对于以摊余成本计量的金融资产，损失准备抵减该金融资产在资产负债表中列示的账面价值；对于以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资，公司在

其他综合收益中确认其损失准备，不抵减该金融资产的账面价值。

(6) 金融资产和金融负债的抵销

金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，不相互抵销。但同时满足下列条件的，公司以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：1) 公司具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；2) 公司计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

不满足终止确认条件的金融资产转移，公司不对已转移的金融资产和相关负债进行抵销。

(7) 应收款项和合同资产预期信用损失的确认标准和计提方法

1) 按信用风险特征组合计提预期信用损失的应收款项和合同资产

组合类别	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
应收银行承兑汇票	票据类型	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失
应收商业承兑汇票		
应收账款——账龄组合	账龄	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与预期信用损失率对照表，计算预期信用损失
应收账款——应收合并范围内关联方款项组合	款项性质	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失
其他应收款——应收出口退税款项组合	款项性质	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失
其他应收款——应收合并范围内关联方款项组合		
其他应收款——账龄组合	账龄	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制其他应收款账龄与预期信用损失率对照表，计算预期信用损失
合同资产——账龄组合	账龄	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制合同资产账龄与预期信用损失率对照表，计算预期信用损失

2) 账龄组合的账龄与预期信用损失率对照表

账龄	应收账款 预期信用损失率 (%)	其他应收款 预期信用损失率 (%)	合同资产预期信用 损失率 (%)
1 年以内 (含, 下同)	5.00	5.00	5.00
1-2 年	20.00	20.00	20.00
2-3 年	50.00	50.00	50.00
3-4 年	80.00	80.00	80.00
4 年以上	100.00	100.00	100.00

应收账款/其他应收款/合同资产的账龄自款项实际发生的月份起算。

3) 按单项计提预期信用损失的应收款项和合同资产的认定标准

对信用风险与组合信用风险显著不同的应收款项和合同资产，公司按单项计提预期信用损失。

公司与可比公司的信用减值损失比例及确定依据

公司与可比公司的信用减值损失比例及确定依据详见本招股说明书“第八节 管理层讨论与分析”之“二、资产负债等财务状况分析”之“（一）应收款项”之“3.应收账款”之“（10）科目具体情况及分析说明”。

2. 存货

√适用 □不适用

（1）存货的分类

存货包括在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等。

（2）发出存货的计价方法

发出存货采用月末一次加权平均法。

（3）存货的盘存制度

存货的盘存制度为永续盘存制。

（4）低值易耗品和包装物的摊销方法

1）低值易耗品

按照一次转销法进行摊销。

2）包装物

按照一次转销法进行摊销。

（5）存货跌价准备

1）存货跌价准备的确认标准和计提方法

资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。

2) 按组合计提存货跌价准备

组合类别	确定组合的依据	存货可变现净值的确定依据
原材料——库龄组合	库龄	基于库龄确定存货可变现净值
库存商品——标准品——库龄组合	库龄	基于库龄确定存货可变现净值

库龄组合下，可变现净值的计算方法和确定依据

库龄	可变现净值计算方法
1 年以内（含，下同）	账面余额的 100%
1 年以上	账面余额的 0%

3. 固定资产

☒ 适用 ☐ 不适用

(1) 固定资产确认条件

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用年限超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足经济利益很可能流入、成本能够可靠计量时予以确认。

(2) 固定资产分类及折旧方法

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	年限平均法	10-35 年	5	2.71-9.50
机器设备	年限平均法	2-10 年	5	9.50-47.50
电子设备	年限平均法	3-10 年	5	9.50-31.67
运输设备	年限平均法	4-5 年	5	19.00-23.75

(3) 融资租入固定资产的认定依据、计价和折旧方法（未执行新租赁准则）

☐ 适用 ☒ 不适用

(4) 其他说明

☐ 适用 ☒ 不适用

4. 在建工程

☒ 适用 ☐ 不适用

在建工程同时满足经济利益很可能流入、成本能够可靠计量则予以确认。在建工程按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的实际成本计量。

在建工程达到预定可使用状态时，按工程实际成本转入固定资产。已达到预定可使用状态但尚未办理竣工决算的，先按估计价值转入固定资产，待办理竣工决算后再按实际成本调整原暂估价值，

但不再调整原已计提的折旧。

类别	在建工程结转为固定资产的标准和时点
房屋及建筑物	验收合格并达到预定可使用状态
机器设备	安装调试后达到预定可使用状态

5. 无形资产与开发支出

√适用 □不适用

(1) 计价方法、使用寿命、减值测试

√适用 □不适用

无形资产包括土地使用权和软件等，按成本进行初始计量。

使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内按照与该项无形资产有关的经济利益的预期实现方式系统合理地摊销，无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销。

各类无形资产的摊销方法、使用寿命和预计净残值如下：

类别	摊销方法	使用寿命（年）	残值率（%）
土地使用权	直线法	36.75	0.00
专利权	直线法	3-5	0.00
非专利技术			

(2) 内部研究开发支出会计政策

内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产：1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能证明其有用性；4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

6. 股份支付

√适用 □不适用

(1) 股份支付的种类

包括以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

(2) 实施、修改、终止股份支付计划的相关会计处理

1) 以权益结算的股份支付

授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应调整资本公积。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，相应调整资本公积。

换取其他方服务的权益结算的股份支付，如果其他方服务的公允价值能够可靠计量的，按照其他方服务在取得日的公允价值计量；如果其他方服务的公允价值不能可靠计量，但权益工具的公允价值能够可靠计量的，按照权益工具在服务取得日的公允价值计量，计入相关成本或费用，相应增加所有者权益。

2) 以现金结算的股份支付

授予后立即可行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在授予日按公司承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按公司承担负债的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和相应的负债。

3) 修改、终止股份支付计划

如果修改增加了所授予的权益工具的公允价值，公司按照权益工具公允价值的增加相应地确认取得服务的增加；如果修改增加了所授予的权益工具的数量，公司将增加的权益工具的公允价值相应地确认为取得服务的增加；如果公司按照有利于职工的方式修改可行权条件，公司在处理可行权条件时，考虑修改后的可行权条件。

如果修改减少了授予的权益工具的公允价值，公司继续以权益工具在授予日的公允价值为基础，确认取得服务的金额，而不考虑权益工具公允价值的减少；如果修改减少了授予的权益工具的数量，公司将减少部分作为已授予的权益工具的取消来进行处理；如果以不利于职工的方式修改了可行权条件，在处理可行权条件时，不考虑修改后的可行权条件。

如果公司在等待期内取消了所授予的权益工具或结算了所授予的权益工具（因未满足可行权条件而被取消的除外），则将取消或结算作为加速可行权处理，立即确认原本在剩余等待期内确认的金额。

7. 收入

√适用 □不适用

(1) 收入确认原则

于合同开始日，公司对合同进行评估，识别合同所包含的各单项履约义务，并确定各单项履约义务是在某一时段内履行，还是在某一时点履行。

满足下列条件之一时，属于在某一时段内履行履约义务，否则，属于在某一时点履行履约义务：1) 客户在公司履约的同时即取得并消耗公司履约所带来的经济利益；2) 客户能够控制公司履约过程中在建商品；3) 公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且公司在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务，公司在该段时间内按照履约进度确认收入。履约进度不能合理确定时，已经发生的成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。对于在某一时点履行的履约义务，在客户取得相关商品或服务控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品控制权时，公司考虑下列迹象：1) 公司就该商品享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务；2) 公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权；3) 公司已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品；4) 公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬；5) 客户已接受该商品；6) 其他表明客户已取得商品控制权的迹象。

(2) 收入计量原则

1) 公司按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。交易价格是公司因向客户转让商品或服务而预期有权收取的对价金额，不包括代第三方收取的款项以及预期将退还给客户的款项。

2) 合同中存在可变对价的，公司按照期望值或最可能发生金额确定可变对价的最佳估计数，但包含可变对价的交易价格，不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额。

3) 合同中存在重大融资成分的，公司按照假定客户在取得商品或服务控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格。该交易价格与合同对价之间的差额，在合同期间内采用实际利率法摊销。

4) 合同中包含两项或多项履约义务的，公司于合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务。

(3) 收入确认的具体方法

公司的主营业务为销售淋浴房、浴室柜、智能马桶、花洒等全卫定制产品及全景门等定制家居，属于在某一时点履行的履约义务。公司收入确认的具体方法如下：

内销产品收入确认需满足以下条件：1) 对于不附安装义务的销售：公司已根据合同约定将产品交付给客户指定的物流公司，物流公司已签收确认相关商品，已经收回货款或取得了收款凭证且

相关的经济利益很可能流入，商品所有权上的主要风险和报酬已转移，商品的法定所有权已转移；

2) 对于附安装义务的销售：公司已根据合同约定将产品交付给客户并完成安装，客户已验收确认相关商品且公司取得相应验收单据，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，商品所有权上的主要风险和报酬已转移，商品的法定所有权已转移。

外销产品收入确认需满足以下条件：公司已根据合同约定将产品报关，取得提单，且产品销售收入金额已确定，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，商品所有权上的主要风险和报酬已转移，商品的法定所有权已转移。

8. 递延所得税资产和递延所得税负债

√适用 □不适用

根据资产、负债的账面价值与其计税基础之间的差额（未作为资产和负债确认的项目按照税法规定可以确定其计税基础的，该计税基础与其账面数之间的差额），按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计算确认递延所得税资产或递延所得税负债。

确认递延所得税资产以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。资产负债表日，有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的，确认以前会计期间未确认的递延所得税资产。

资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核，如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，转回减记的金额。

公司当期所得税和递延所得税作为所得税费用或收益计入当期损益，但不包括下列情况产生的所得税：1) 企业合并；2) 直接在所有者权益中确认的交易或者事项。

同时满足下列条件时，公司将递延所得税资产及递延所得税负债以抵销后的净额列示：1) 拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利；2) 递延所得税资产和递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税主体征收的所得税相关或者对不同的纳税主体相关，但在未来每一具有重要性的递延所得税资产和递延所得税负债转回的期间内，涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债或是同时取得资产、清偿债务。

9. 与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平的判断标准

公司根据自身所处的行业和发展阶段，从项目的性质和金额两方面判断财务信息的重要性。在判断项目性质的重要性时，公司主要考虑该项目在性质上是否属于日常活动、是否显著影响公司的财务状况、经营成果和现金流量等因素；在判断项目金额大小的重要性时，公司以利润总额的 5%

作为重要性水平的确定标准。

10. 重大会计判断和估计

本公司根据实际生产经营特点、历史经验和其他因素综合判断，需对财务报表项目金额进行判断和估计的重要领域包括应收款项坏账计提、金融工具减值、存货跌价准备、固定资产折旧、无形资产摊销等，相关会计政策详见本节“四、会计政策、估计”之“（一）会计政策和会计估计”之“1、金融工具”、“2、存货”、“3、固定资产”、“5、无形资产与开发支出”相关内容。

11. 其他重要的会计政策和会计估计

☐适用 ☒不适用

（二） 会计政策和会计估计分析

☒适用 ☐不适用

发行人重大会计政策或会计估计与同行业可比公司不存在重大差异。

五、 分部信息

☐适用 ☒不适用

六、 非经常性损益

单位：元

	2024 年度	2023 年度	2022 年度
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-483,603.82	-995,218.28	-100,552.49
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关、符合国家政策规定、按照确定的标准享有、对公司损益产生持续影响的政府补助除外	312,712.08	927,978.32	1,083,084.96
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，非金融企业持有金融资产和金融负债产生的公允价值变动损益以及处置金融资产和金融负债产生的损益	1,979,456.47	1,780,417.86	635,188.92
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费			
委托他人投资或管理资产的损益			
对外委托贷款取得的损益			
因不可抗力因素，如遭受自然灾害而产生的各项财产损失			
单独进行减值测试的应收款项减值准			

备转回			
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益			
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益			
非货币性资产交换损益			
债务重组损益	-328,849.96	-	-
企业因相关经营活动不再持续而发生的一次性费用，如安置职工的支出等			
因税收、会计等法律、法规的调整对当期损益产生的一次性影响			
因取消、修改股权激励计划一次性确认的股份支付费用			
对于现金结算的股份支付，在可行权日之后，应付职工薪酬的公允价值变动产生的损益			
采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益			
交易价格显失公允的交易产生的收益			
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益			
受托经营取得的托管费收入			
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-557,161.75	-1,665,561.13	-256,330.70
其他符合非经常性损益定义的损益项目			
小计	922,553.02	47,616.77	1,361,390.69
减：所得税影响数	25,668.43	380,660.83	176,082.11
少数股东权益影响额			
合计	896,884.59	-333,044.06	1,185,308.58
非经常性损益净额	896,884.59	-333,044.06	1,185,308.58
归属于母公司股东的净利润	69,200,265.57	95,403,310.85	108,233,948.50
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	68,303,380.98	95,736,354.91	107,048,639.92
归属于母公司股东的非经常性损益净额占归属于母公司股东的净利润的比例（%）	1.30	-0.35	1.10

非经常性损益分析：

根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号——非经常性损益》（证监会公告[2008]43号），公司编制了非经常性损益明细表，会计师出具了《关于广东玫瑰岛家居股份有限公司最近三年非经常性损益的鉴证报告》（天健审〔2025〕3-393号）。

报告期内，归属于母公司股东的非经常性损益净额分别为118.53万元、-33.30万元和89.69万元，归属于母公司股东的非经常性损益净额占归属于母公司股东的净利润的比例分别为1.10%、

-0.35%和 1.30%，金额及占比均较小。非经常性损益对公司净利润的影响程度较小，对公司的经营稳定性及未来持续盈利能力不构成重大不利影响，公司经营业绩不存在对非经常性损益依赖的情形。

七、主要会计数据及财务指标

项目	2024 年 12 月 31 日 /2024 年度	2023 年 12 月 31 日 /2023 年度	2022 年 12 月 31 日 /2022 年度
资产总计(元)	797,716,623.03	724,223,661.68	733,539,264.24
股东权益合计(元)	511,547,600.85	435,284,188.18	401,998,577.82
归属于母公司所有者的股东权益(元)	511,547,600.85	435,284,188.18	401,998,577.82
每股净资产（元/股）	8.49	7.25	7.55
归属于母公司所有者的每股净资产(元/股)	8.49	7.25	7.55
资产负债率（合并）（%）	35.87	39.90	45.20
资产负债率（母公司）（%）	43.92	45.07	49.27
营业收入(元)	823,177,984.22	775,885,950.65	752,444,899.45
毛利率（%）	30.96	32.94	32.22
净利润(元)	69,200,265.57	95,403,310.85	108,233,948.50
归属于母公司所有者的净利润(元)	69,200,265.57	95,403,310.85	108,233,948.50
扣除非经常性损益后的净利润(元)	68,303,380.98	95,736,354.91	107,048,639.92
归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润(元)	68,303,380.98	95,736,354.91	107,048,639.92
息税折旧摊销前利润(元)	108,008,645.18	135,507,213.92	151,217,456.56
加权平均净资产收益率（%）	14.61	23.87	32.95
扣除非经常性损益后净资产收益率（%）	14.42	23.95	32.59
基本每股收益（元/股）	1.15	1.59	-
稀释每股收益（元/股）	1.15	1.59	-
经营活动产生的现金流量净额(元)	18,851,933.91	115,380,609.81	184,181,718.68
每股经营活动产生的现金流量净额(元)	0.31	1.92	3.46
研发投入占营业收入的比例（%）	3.97	3.76	3.83
应收账款周转率	4.78	5.39	5.52
存货周转率	2.81	3.05	2.78
流动比率	2.19	1.92	1.74
速动比率	1.34	1.26	1.20

注：上述财务指标，若无特别说明，均以合并口径计算。

主要会计数据及财务指标计算公式及变动简要分析：

上述主要财务指标计算方法如下：

- 1、每股净资产=归属于公司所有者权益合计/期末股本总额；
- 2、归属于母公司所有者的每股净资产=归属于母公司所有者的净资产/期末股本总额；
- 3、资产负债率（合并）=总负债（合并）/总资产（合并）；
- 4、资产负债率（母公司）=总负债（母公司）/总资产（母公司）；
- 5、毛利率=（营业收入-营业成本）/营业收入；

- 6、息税折旧摊销前利润=净利润+所得税+利息支出+固定资产折旧+使用权资产折旧+无形资产摊销+长期待摊费用摊销；
- 7、加权平均净资产收益率= $P_0 / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$ ，其中： P_0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润； NP 为归属于公司普通股股东的净利润； E_0 为归属于公司普通股股东的期初净资产； E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产； E_i 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产； M_0 为报告期月份数； M_i 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数； M_j 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数； E_k 为因其他交易或事项引起的净资产增减变动； M_k 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数；
- 8、基本每股收益= $P_0 \div S$ ， $S=S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$ ，其中： P_0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润； S 为发行在外的普通股加权平均数； S_0 为期初股份总数； S_1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数； S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数； S_j 为报告期因回购等减少股份数； S_k 为报告期缩股数； M_0 报告期月份数； M_i 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数； M_j 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数；
- 9、稀释每股收益= $P_1 / (S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$ ，其中： P_1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整；
- 10、每股经营活动产生的现金流量净额=经营活动产生的现金流量净额 / 期末股本；
- 11、研发投入占营业收入的比例=研发费用/营业收入；
- 12、应收账款周转率=营业收入 / 应收账款期初期末平均账面余额；
- 13、存货周转率=营业成本 / 存货期初期末平均账面余额；
- 14、流动比率=期末流动资产 / 期末流动负债；
- 15、速动比率=（期末流动资产-期末存货） / 期末流动负债。

八、 盈利预测

☐适用 ☒不适用

第八节 管理层讨论与分析

一、经营核心因素

（一）影响公司收入、成本、费用和利润的主要因素

1、影响收入的主要因素

公司自设立以来一直专注于公司聚焦“金属+玻璃”的定制家居研发，以淋浴房为中心，延伸至全卫定制，并逐步拓展至更多家居空间。公司产品主要为淋浴房、浴室柜、智能马桶、花洒等全卫定制产品及全景门、生态门、玻璃金属柜类等定制家居。影响公司收入的主要因素包括：下游市场的需求规模及行业政策、行业竞争程度、出口国家贸易政策及市场需求、研发创新能力及市场开拓能力等。公司营业收入分析详见本节之“三、盈利情况分析”之“（一）营业收入分析”的相关内容。

2、影响成本的主要因素

公司主营业务成本包括直接材料、直接人工、制造费用、运输费用、安装费用和售后服务费用。其中，直接材料、直接人工和制造费用是主营业务成本的主要组成部分。若因市场因素导致原材料和劳务价格出现持续大幅波动，将不利于公司的生产预算及成本控制，短期内会对公司正常经营产生不利影响，从而影响公司盈利水平和经营业绩。公司成本分析详见本节之“三、盈利情况分析”之“（二）营业成本分析”的相关内容。

3、影响费用的主要因素

报告期内，公司期间费用主要包括销售费用、管理费用、研发费用和财务费用，公司期间费用合计占当期营业收入的比例分别为 12.74 %、15.85%和 18.46%。报告期内，公司期间费用的变动主要受销售费用、管理费用和研发费用的影响，具体影响因素详见本小节“三、盈利情况分析”之“（四）主要费用情况分析”。

4、影响利润的主要因素

报告期内，影响公司利润的主要因素除了营业收入、营业成本及期间费用外，还包括公司享受的企业所得税优惠政策，若未来国家高新技术企业的税收优惠政策发生变化，或公司未来不满足高新技术企业的认定标准，从而无法享受企业所得税税收优惠，将会对公司未来的净利润产生不利影响。

（二）对公司具有核心意义或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标分析

1、财务指标

营业收入、毛利率等指标的变动对公司业绩变动具有较强的预示作用。营业收入分析详见本节

之“三、盈利情况分析”之“（一）营业收入分析”的相关内容，毛利率分析详见本节之“三、盈利情况分析”之“（三）毛利率分析”的相关内容。

2、非财务指标

影响公司业绩变动的核心非财务指标主要为公司与客户的稳定性以及公司的产品创新和交付能力情况。

报告期内，公司对前五大客户的合计销售收入分别为 25,907.41 万元、20,640.47 万元和 20,347.05 万元，占公司营业收入的比例分别为 34.43%、26.60%和 24.72%，公司与主要客户建立了较为稳定的合作关系。

公司的核心技术情况详见本招股说明书“第五节业务和技术”之“四、关键资源要素”之“（一）发行人产品所使用的核心技术”的相关内容。

二、资产负债等财务状况分析

（一）应收款项

1. 应收票据

√适用 □不适用

（1）应收票据分类列示

单位：元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
银行承兑汇票	-	-	-
商业承兑汇票	-	-	241,030.84
合计	-	-	241,030.84

（2）报告期各期末公司已质押的应收票据

□适用 √不适用

（3）报告期各期末公司已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的应收票据

□适用 √不适用

（4）报告期各期末公司因出票人未履约而将其转应收账款的票据

√适用 □不适用

单位：元

项目	报告期期末转应收账款金额		
	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
商业承兑汇票	-	482,061.68	-
合计	-	482,061.68	-

(5) 按坏账计提方法分类披露

单位：元

类别	2024 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例（%）	金额	计提比例（%）	
按单项计提坏账准备的应收票据	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的应收票据	-	-	-	-	-
其中：应收商业承兑汇票					
合计	-	-	-	-	-

单位：元

类别	2023 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例（%）	金额	计提比例（%）	
按单项计提坏账准备的应收票据	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的应收票据	-	-	-	-	-
其中：应收商业承兑汇票					
合计	-	-	-	-	-

单位：元

类别	2022 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例（%）	金额	计提比例（%）	
按单项计提坏账准备的应收票据	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的应收票据	482,061.68	100.00	241,030.84	50.00	241,030.84
其中：应收商业承兑汇票	482,061.68	100.00	241,030.84	50.00	241,030.84
合计	482,061.68	100.00	241,030.84	50.00	241,030.84

1) 按单项计提坏账准备：

☐适用 ☒不适用

2) 按组合计提坏账准备：

☒适用 ☐不适用

单位：元

组合名称	2024 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）
应收商业承兑汇票	-	-	-

合计	-	-	-

单位：元

组合名称	2023 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）
应收商业承兑汇票	-	-	-
合计	-	-	-

单位：元

组合名称	2022 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）
应收商业承兑汇票	482,061.68	241,030.84	50.00
合计	482,061.68	241,030.84	50.00

确定组合依据的说明：

应收票据组合 1：应收银行承兑汇票

应收票据组合 2：应收商业承兑汇票

对于划分为组合的应收票据，公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

3) 如按预期信用损失一般模型计提坏账准备，请按下表披露坏账准备的相关信息：

☐适用 ☒不适用

(6) 报告期内计提、收回或转回的坏账准备情况

☒适用 ☐不适用

单位：元

类别	2023 年 12 月 31 日	本期变动金额			2024 年 12 月 31 日
		计提	收回或转回	核销	
应收商业承兑汇票	-	-	-	-	
合计	-	-	-	-	

单位：元

类别	2022 年 12 月 31 日	本期变动金额				2023 年 12 月 31 日
		计提	收回或转回	核销	其他	
应收商业承兑汇票	241,030.84	-	-	-	-241,030.84	-
合计	241,030.84	-	-	-	-241,030.84	

注：本期变动金额-其他系因出票人未履约而从应收票据转应收账款对应的坏账准备。

单位：元

类别	2021 年 12 月 31 日	本期变动金额			2022 年 12 月 31 日
		计提	收回或转回	核销	
应收商业承兑汇票	1,620,049.13	-1,379,018.29	-	-	241,030.84
合计	1,620,049.13	-1,379,018.29	-	-	241,030.84

其中报告期坏账准备收回或转回金额重要的：

☐适用 ☒不适用

其他说明：

无。

(7) 报告期内实际核销的应收票据情况

☐适用 ☒不适用

(8) 科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司应收票据的账面价值分别为 24.10 万元、0.00 万元和 0.00 万元，占各期末流动资产的比例分别为 0.05%、0.00%和 0.00%，公司应收票据为收到的商业承兑汇票。

2. 应收款项融资

☒适用 ☐不适用

单位：元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
银行承兑汇票	373,707.70	-	-
合计	373,707.70	-	-

应收款项融资本期增减变动及公允价值变动情况：

☒适用 ☐不适用

单位：元

项目	2023 年 12 月 31 日	本期新增	本期终止确认	2024 年 12 月 31 日	累计在其他综合收益中确认的损失准备
银行承兑汇票	-	373,707.70	-	373,707.70	-
合计	-	373,707.70	-	373,707.70	-

单位：元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期新增	本期终止确认	2023 年 12 月 31 日	累计在其他综合收益中确认的损失准备
银行承兑汇票	-	924,458.03	924,458.03		
合计	-	924,458.03	924,458.03		

单位：元

项目	2021 年 12 月 31 日	本期新增	本期终止确认	2022 年 12 月 31 日	累计在其他综合收益中确认的损失准备
银行承兑汇票	-	390,000.00	390,000.00	-	-
合计	-	390,000.00	390,000.00	-	-

如按预期信用损失一般模型计提坏账准备，请参照其他应收款披露：

☐适用 ☒不适用

科目具体情况及分析说明:

报告期各期末, 公司应收款项融资的账面价值分别为 0.00 万元、0.00 万元和 37.37 万元, 占流动资产的比例分别为 0.00%、0.00%和 0.07%。公司的应收款项融资主要为银行承兑汇票。

3. 应收账款

√适用 □不适用

(1) 按账龄分类披露

单位: 元

账龄	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
1 年以内	136,775,338.97	96,049,997.87	90,005,265.50
1 至 2 年	18,762,459.59	21,793,849.25	28,677,997.89
2 至 3 年	16,201,372.30	20,837,268.36	14,208,053.17
3 至 4 年	14,110,055.42	10,072,027.35	2,415,336.42
4 年以上	7,661,798.86	2,133,079.73	1,714,612.46
合计	193,511,025.14	150,886,222.56	137,021,265.44

(2) 按坏账计提方法分类披露

单位: 元

类别	2024 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的应收账款	11,256,464.09	5.82	11,256,464.09	100.00	-
按组合计提坏账准备的应收账款	182,254,561.05	94.18	30,451,749.48	16.71	151,802,811.57
其中: 账龄组合	182,254,561.05	94.18	30,451,749.48	16.71	151,802,811.57
合计	193,511,025.14	100.00	41,708,213.57	21.55	151,802,811.57

单位: 元

类别	2023 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的应收账款	1,291,398.58	0.86	1,291,398.58	100.00	-
按组合计提坏账准备的应收账款	149,594,823.98	99.14	28,798,001.55	19.25	120,796,822.43
其中: 账龄组合	149,594,823.98	99.14	28,798,001.55	19.25	120,796,822.43
合计	150,886,222.56	100.00	30,089,400.13	19.94	120,796,822.43

单位: 元

类别	2022 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例	

				(%)	
按单项计提坏账准备的应收账款	1,291,398.58	0.94	1,291,398.58	100.00	-
按组合计提坏账准备的应收账款	135,729,866.86	99.06	20,388,742.73	15.02	115,341,124.13
其中：账龄组合	135,729,866.86	99.06	20,388,742.73	15.02	115,341,124.13
合计	137,021,265.44	100.00	21,680,141.31	15.82	115,341,124.13

1) 按单项计提坏账准备：

√适用 □不适用

单位：元

名称	2024 年 12 月 31 日			
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)	计提理由
常德南雅房地产开发有限公司	443,483.54	443,483.54	100.00	预计无法收回
成都福璟光置业有限公司	128,438.87	128,438.87	100.00	预计无法收回
杭州融誉房地产开发有限公司	284,242.74	284,242.74	100.00	预计无法收回
杭州中南御锦置业有限公司	62,519.05	62,519.05	100.00	预计无法收回
嘉兴锦域置业有限公司	168,694.48	168,694.48	100.00	预计无法收回
昆山中南锦城房地产开发有限责任公司	158,370.15	158,370.15	100.00	预计无法收回
大连保睿房地产开发有限公司	70,833.91	70,833.91	100.00	预计无法收回
合肥晟南置业有限公司	771,421.80	771,421.80	100.00	预计无法收回
南昌和展置业有限公司	198,120.73	198,120.73	100.00	预计无法收回
南京空港会展投资管理有限公司	347,302.17	347,302.17	100.00	预计无法收回
南京求真装饰工程有限公司	397,993.62	397,993.62	100.00	预计无法收回
南京智融装饰工程有限公司	427,866.57	427,866.57	100.00	预计无法收回
南通锦旅置业有限公司	473,257.10	473,257.10	100.00	预计无法收回
宁波杭州湾新区海闻置业有限公司	1,216,044.24	1,216,044.24	100.00	预计无法收回
衢州融晟置业有限公司	367,118.03	367,118.03	100.00	预计无法收回
瑞安市德信明和置业有限公司	124,862.08	124,862.08	100.00	预计无法收回
深圳市万京投资	875,617.55	875,617.55	100.00	预计无法收回

有限公司				
苏州昱成房地产开发有限公司	1,554,183.36	1,554,183.36	100.00	预计无法收回
温州德信锦宸置业有限公司	726,609.39	726,609.39	100.00	预计无法收回
温州锦辰置业有限公司	716,012.05	716,012.05	100.00	预计无法收回
温州锦钰置业有限公司	414,446.87	414,446.87	100.00	预计无法收回
云南金宏雅房地产开发有限公司	781,782.47	781,782.47	100.00	预计无法收回
至和中皓建设集团有限公司	205,923.12	205,923.12	100.00	预计无法收回
北京市高度国际工程装饰设计股份有限公司	341,320.20	341,320.20	100.00	预计无法收回
合计	11,256,464.09	11,256,464.09	100.00	-

单位：元

名称	2023 年 12 月 31 日			
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）	计提理由
南京空港会展投资管理有限公司	287,342.16	287,342.16	100.00	预计无法收回
成都福璟光置业有限公司	128,438.87	128,438.87	100.00	预计无法收回
深圳市万京投资有限公司	875,617.55	875,617.55	100.00	预计无法收回
合计	1,291,398.58	1,291,398.58	100.00	-

单位：元

名称	2022 年 12 月 31 日			
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）	计提理由
南京空港会展投资管理有限公司	287,342.16	287,342.16	100.00	预计无法收回
成都福璟光置业有限公司	128,438.87	128,438.87	100.00	预计无法收回
深圳市万京投资有限公司	875,617.55	875,617.55	100.00	预计无法收回
合计	1,291,398.58	1,291,398.58	100.00	-

按单项计提坏账准备的说明：

如果有客观证据表明某项应收账款已经发生信用减值，则公司对该应收账款单项计提坏账准备并确认预期信用损失。公司预计上述应收款项很可能无法收回，因此，公司对上述应收账款余额全额计提了坏账准备。

2) 按组合计提坏账准备：

√适用 □不适用

单位：元

组合名称	2024 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）
1 年以内	136,331,855.43	6,816,592.78	5.00
1-2 年	16,868,669.81	3,373,733.96	20.00
2-3 年	13,901,928.10	6,950,964.05	50.00
3-4 年	9,208,245.09	7,366,596.07	80.00
4 年以上	5,943,862.62	5,943,862.62	100.00
合计	182,254,561.05	30,451,749.48	16.71

单位：元

组合名称	2023 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）
1 年以内	96,049,997.87	4,802,499.90	5.00
1-2 年	21,793,849.25	4,358,769.85	20.00
2-3 年	20,549,926.20	10,274,963.10	50.00
3-4 年	9,196,409.80	7,357,127.84	80.00
4 年以上	2,004,640.86	2,004,640.86	100.00
合计	149,594,823.98	28,798,001.55	19.25

单位：元

组合名称	2022 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）
1 年以内	90,005,265.50	4,500,263.27	5.00
1-2 年	28,390,655.73	5,678,131.15	20.00
2-3 年	13,332,435.62	6,666,217.81	50.00
3-4 年	2,286,897.55	1,829,518.04	80.00
4 年以上	1,714,612.46	1,714,612.46	100.00
合计	135,729,866.86	20,388,742.73	15.02

确定组合依据的说明：

公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。

3) 如按预期信用损失一般模型计提坏账准备，请按下表披露坏账准备的相关信息：

☐适用 ☒不适用

(3) 报告期计提、收回或转回的坏账准备情况

☒适用 ☐不适用

单位：元

类别	2023 年 12 月 31 日	本期变动金额				2024 年 12 月 31 日
		计提	收回或转回	核销	其他	
单项计提坏账准备	1,291,398.58	9,905,105.49			59,960.02	11,256,464.09
按组合计提坏账准备	28,798,001.55	1,862,546.21		1,152,143.46	943,345.18	30,451,749.48
合计	30,089,400.13	11,767,651.70	-	1,152,143.46	1,003,305.20	41,708,213.57

单位：元

类别	2022 年 12 月 31 日	本期变动金额				2023 年 12 月 31 日
		计提	收回或转回	核销	其他	
单项计提坏账准备	1,291,398.58	531,279.50		531,279.50		1,291,398.58
按组合计提坏账准备	20,388,742.73	7,074,198.36			1,335,060.46	28,798,001.55
合计	21,680,141.31	7,605,477.86	-	531,279.50	1,335,060.46	30,089,400.13

单位：元

类别	2021 年 12 月 31 日	本期变动金额				2022 年 12 月 31 日
		计提	收回或转回	核销	其他	
单项计提坏账准备	287,342.16	1,004,056.42				1,291,398.58
按组合计提坏账准备	13,099,495.54	4,848,743.29			2,440,503.90	20,388,742.73
合计	13,386,837.70	5,852,799.71	-	-	2,440,503.90	21,680,141.31

注：本期变动金额-其他系因质保金逾期而从合同资产转应收账款对应的减值准备。

其中报告期坏账准备收回或转回金额重要的：

☐适用 ☒不适用

其他说明：

无。

(4) 本期实际核销的应收账款情况

☒适用 ☐不适用

单位：元

项目	核销金额		
	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
实际核销的应收账款	1,152,143.46	531,279.50	-

其中重要的应收账款核销的情况：

☐适用 ☒不适用

(5) 按欠款方归集的期末余额前五名的应收账款情况

单位：元

单位名称	2024 年 12 月 31 日		
	应收账款	占应收账款期末余额 合计数的比例（%）	坏账准备
中海地产	18,620,510.59	9.62	1,810,184.90
招商蛇口	16,418,080.69	8.48	1,710,623.98
保利发展	14,581,111.90	7.54	7,964,539.24
ABG	11,884,631.18	6.14	594,231.56
KOHLER	7,687,067.96	3.97	387,694.36

合计	69,191,402.32	35.76	12,467,274.05

单位：元

单位名称	2023 年 12 月 31 日		
	应收账款	占应收账款期末余额合计数的比例（%）	坏账准备
保利发展	23,682,055.46	15.70	9,848,554.25
中海地产	19,693,309.20	13.05	1,523,172.98
ABG	11,229,256.62	7.44	561,462.83
招商蛇口	11,859,127.69	7.86	806,393.55
KOHLER	9,442,256.44	6.26	472,112.82
合计	75,906,005.41	50.31	13,211,696.43

单位：元

单位名称	2022 年 12 月 31 日		
	应收账款	占应收账款期末余额合计数的比例（%）	坏账准备
保利发展	37,143,367.40	27.11	7,306,020.93
KOHLER	13,016,216.19	9.50	650,810.81
北京玫瑰岛卫浴有限公司	6,629,252.40	4.84	602,861.69
招商蛇口	6,802,825.42	4.96	900,857.00
中南集团	5,537,093.52	4.04	811,156.52
合计	69,128,754.93	50.45	10,271,706.95

注：①保利发展包括保利（揭阳）实业投资有限公司、保利（梅州）房地产开发有限公司、保利（汕头）房地产投资有限公司等其旗下控制的公司；②招商蛇口包括常熟市琴安房地产开发有限公司、南通招通置业有限公司、成都招商新悦房地产开发有限公司等其旗下控制的公司；③中海地产包括北京中海鑫海房地产开发有限公司、佛山市顺德嘉润房地产开发有限公司、大连中海鼎业房地产开发有限公司、佛山市顺德嘉润房地产开发有限公司等其旗下控制的公司；④ABG 集团包括 International Marble Industries、MAAX US CORP 和 MAAX BATH INC；⑤KOHLER 包括 KOHLER AMERICA Ltd、KOHLER FRANCE .（CDC）、KOHLER INDIA Ltd、KOHLER MIRA Ltd、KOHLER NEWZEALAND Ltd、KOHLER RUSSIA Ltd、中山科勒卫浴有限公司和科勒（中国）投资有限公司；⑥中南集团包括杭州锦易置业有限公司、杭州中南御锦置业有限公司和合肥晟南置业有限公司等其旗下控制的公司。

其他说明：

报告期各期末，公司应收账款前五大客户的合计占比分别为 50.45%、50.31%和 35.76%。截至 2024 年 12 月 31 日，应收账款余额中无应收持公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东单位款项。

(6) 报告期各期末信用期内的应收账款

单位：元

项目	2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
信用期内应收账款	91,816,827.94	47.45	79,478,302.23	52.66	68,351,338.07	49.88
信用期外应收账款	101,694,197.20	52.55	71,407,920.33	47.34	68,669,927.37	50.12
应收账款余额合计	193,511,025.14	100.00	150,886,222.56	100.00	137,021,265.44	100.00

(7) 应收账款期后回款情况

单位：元

项目	2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
期末应收账款余额	193,511,025.14	-	150,886,222.56	-	137,021,265.44	-
截至 2025 年 3 月 31 日回款金额	74,604,191.40	38.55%	94,256,663.43	62.47%	102,526,781.40	74.83%

(8) 因金融资产转移而终止确认的应收账款

√适用 □不适用

报告期内，公司因金融资产转移而终止确认的应收账款情况如下：

单位：元

期间	项目	金融资产转移方式	本期终止确认金额	与终止确认相关的利得或损失（正数表示损失）
2024 年度	应收账款债权	保理	88,931,846.92	2,103,959.03
2023 年度	应收账款债权	保理	50,545,361.74	1,448,339.95
2022 年度	应收账款债权	保理	58,510,182.35	1,932,971.99

公司因金融资产转移而终止确认的应收账款系将应收账款债权进行无追索权保理所致。

(9) 转移应收账款且继续涉入形成的资产、负债金额

√适用 □不适用

单位：元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
资产：			
应收账款-保理款	-	5,041,195.35	-
资产小计	-	5,041,195.35	-
负债：			
短期借款-保理款	-	4,958,027.55	-
负债小计	-	4,958,027.55	-

公司转移应收账款且继续涉入的情况主要系将应收账款债权进行有追索权保理所致。应收账款-保理款与短期借款-保理款的差额系未确认的保理利息。

(10) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 11,534.11 万元、12,079.68 万元和 15,180.28 万元，占各期末流动资产的比例分别为 22.51%、24.61%和 26.92%。报告期内，公司经销商业务主要采用先款后货的销售模式，故公司应收账款主要形成于出口业务和大宗业务。2024 年末，公司应收账款账面价值较 2023 年末同比增长 25.67%，主要是由于大宗业务收入增长。

4. 其他披露事项:

(1) 报告期各期末, 公司应收账款情况如下表所示:

单位: 元

项目	2024/12/31	2023/12/31	2022/12/31
应收账款余额	193,511,025.14	150,886,222.56	137,021,265.44
减: 坏账准备	41,708,213.57	30,089,400.13	21,680,141.31
应收账款净额	151,802,811.57	120,796,822.43	115,341,124.13
应收账款净额增幅 (%)	25.67	4.73	-
应收账款净额占流动资产比例 (%)	26.92	24.61	22.51
应收账款净额占总资产比例 (%)	19.03	16.68	15.72
项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
营业收入	823,177,984.22	775,885,950.65	752,444,899.45
营业收入增幅 (%)	6.10	3.12	-
应收账款余额占营业收入比例 (%)	23.51	19.45	18.21

报告期各期末, 公司应收账款余额占营业收入的比例分别为 18.21%、19.45%和 23.51%, 报告期内占比上涨主要原因系公司大宗业务收入增长。

(2) 公司应收账款的坏账计提比例与同行业可比公司对比情况

报告期各期末, 公司应收账款坏账计提比例与同行业可比公司对比情况如下:

公司名称	应收账款坏账准备计提比例 (%)		
	2024/12/31	2023/12/31	2022/12/31
惠达卫浴	35.29%	35.91%	7.39%
箭牌家居	32.17%	30.14%	27.02%
皮阿诺	84.79%	63.52%	62.93%
顶固集创	71.16%	51.32%	38.58%
可比公司平均	55.85%	45.22%	33.98%
玫瑰岛	21.55%	19.94%	15.82%

注: 数据来源同花顺 iFinD、同行业可比公司公开信息。

报告期各期末, 公司应收账款坏账准备计提比例低于同行业可比公司平均水平, 主要是由于部分同行业可比公司受下游房地产公司客户风险事件影响, 导致其单项计提的坏账金额较大, 从而使得其坏账计提比例较高。报告期内, 公司延续其稳健的经营态势, 受下游房地产公司不利事件的影响较小。报告期各期末, 公司已基于谨慎性原则, 充分、合理地计提了坏账准备。

报告期内, 公司按照账龄计提坏账准备的比例与同行业可比公司对比情况如下:

公司名称	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上

惠达卫浴	3	10	30	50	80	100
箭牌家居	5	10	30	50	100	100
皮阿诺	5	10	40	60	80	100
顶固集创	3	10	40	80	100	100
玫瑰岛	5	20	50	80	100	100

注：数据来源同花顺 iFinD、同行业可比公司公开信息。

报告期内，对于账龄在 4 年以上的应收账款公司按照 100%计提坏账准备，相较于同行业可比公司，公司执行的坏账准备计提政策更为谨慎，公司已基于谨慎性原则充分、合理地计提了坏账准备。

（3）应收账款周转率与同行业可比公司的比较情况

报告期内，公司应收账款周转率与同行业可比公司的比较情况如下：

单位：次

公司名称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
惠达卫浴	2.80	3.31	3.41
箭牌家居	13.08	14.55	15.19
皮阿诺	0.64	0.95	1.42
顶固集创	3.60	4.14	3.30
可比公司平均（剔除箭牌家居）	2.35	2.80	2.71
玫瑰岛	4.78	5.39	5.52

注：数据来源同行业可比公司公开信息。

由上表，报告期内箭牌家居的应收账款周转率明显高于同行业水平，主要是由于箭牌家居的产品以标品为主，其对经销商采用先款后货的销售政策，且其经销模式收入占比在 80%以上，因此，其应收账款周转率较高。一般来说，大宗业务模式的应收账款账期长于经销业务模式及国际业务模式，报告期内，公司大宗业务模式收入占比低于皮阿诺和顶固集创，因此，若剔除箭牌家居，公司应收账款周转率略高于同行业可比公司的平均水平。

（二） 存货

1. 存货

（1） 存货分类

√适用 □不适用

单位：元

项目	2024 年 12 月 31 日		
	账面余额	存货跌价准备或合同 履约成本减值准备	账面价值
原材料	45,939,780.58	5,057,045.34	40,882,735.24
委托加工物资	57,793.74	-	57,793.74

在产品	11,124,573.16	595,922.15	10,528,651.01
半成品	28,236,150.11	19,898.77	28,216,251.34
库存商品	17,667,802.15	2,826,701.46	14,841,100.69
发出商品	125,432,625.06	996,301.90	124,436,323.16
合计	228,458,724.80	9,495,869.62	218,962,855.18

单位：元

项目	2023 年 12 月 31 日		
	账面余额	存货跌价准备或合同 履约成本减值准备	账面价值
原材料	44,209,760.89	3,208,500.41	41,001,260.48
委托加工物资	406,560.32	-	406,560.32
在产品	13,098,216.05	354,568.94	12,743,647.11
半成品	21,438,570.20	6,843.63	21,431,726.57
库存商品	13,218,799.15	1,202,981.24	12,015,817.91
发出商品	83,399,425.58	1,016,453.86	82,382,971.72
合计	175,771,332.19	5,789,348.08	169,981,984.11

单位：元

项目	2022 年 12 月 31 日		
	账面余额	存货跌价准备或合同 履约成本减值准备	账面价值
原材料	43,562,800.79	3,761,456.08	39,801,344.71
委托加工物资	235,391.47	-	235,391.47
在产品	9,771,830.70	298,060.29	9,473,770.41
半成品	22,931,021.07	1,073,519.63	21,857,501.44
库存商品	12,127,072.11	867,367.85	11,259,704.26
发出商品	77,329,156.18	388,030.23	76,941,125.95
合计	165,957,272.32	6,388,434.08	159,568,838.24

(2) 存货跌价准备及合同履约成本减值准备

√ 适用 □ 不适用

单位：元

项目	2023 年 12 月 31 日	本期增加金额		本期减少金额		2024 年 12 月 31 日
		计提	其他	转回或转销	其他	
原材料	3,208,500.41	3,110,919.17	-	1,262,374.24	-	5,057,045.34
在产品	354,568.94	595,922.15	-	354,568.94	-	595,922.15
半成品	6,843.63	18,307.22	-	5,252.08	-	19,898.77
库存商品	1,202,981.24	2,258,707.94	-	634,987.72	-	2,826,701.46
发出商品	1,016,453.86	766,440.11	-	786,592.07	-	996,301.90
合计	5,789,348.08	6,750,296.59	-	3,043,775.05	-	9,495,869.62

单位：元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加金额		本期减少金额		2023 年 12 月 31 日
		计提	其他	转回或转销	其他	
原材料	3,761,456.08	1,927,161.60		2,480,117.27		3,208,500.41
在产品	298,060.29	354,568.93		298,060.28		354,568.94
半成品	1,073,519.63	6,554.37		1,073,230.37		6,843.63
库存商品	867,367.85	968,502.10		632,888.71		1,202,981.24
发出商品	388,030.23	757,693.25		129,269.62		1,016,453.86

合计	6,388,434.08	4,014,480.25	-	4,613,566.25	-	5,789,348.08

单位：元

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加金额		本期减少金额		2022 年 12 月 31 日
		计提	其他	转回或转销	其他	
原材料	2,159,495.03	2,356,328.62		754,367.57		3,761,456.08
在产品	513,536.71	298,060.29		513,536.71		298,060.29
半成品	216,348.78	1,073,519.63		216,348.78		1,073,519.63
库存商品	892,724.74	633,598.19		658,955.08		867,367.85
发出商品	625,155.29	332,157.68		569,282.74		388,030.23
合计	4,407,260.55	4,693,664.41	-	2,712,490.88	-	6,388,434.08

存货跌价准备及合同履约成本减值准备的说明

公司在资产负债表日对存货进行减值测试，对期末存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。报告期各期末，公司对存货进行减值测试并足额计提跌价准备，存货跌价准备计提充分。

(3) 存货期末余额含有借款费用资本化金额的说明

☐适用 ☒不适用

(4) 期末建造合同形成的已完工未结算资产情况（尚未执行新收入准则公司适用）

☐适用 ☒不适用

(5) 合同履约成本本期摊销金额的说明（已执行新收入准则公司适用）

☐适用 ☒不适用

(6) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司各存货项目结构明细如下：

单位：万元

项目	2024/12/31		2023/12/31		2022/12/31	
	账面价值	比例（%）	账面价值	比例（%）	账面价值	比例（%）
原材料	4,088.27	18.67	4,100.13	24.12	3,980.13	24.94
委托加工物资	5.78	0.03	40.66	0.24	23.54	0.15
在产品	1,052.87	4.81	1,274.36	7.50	947.38	5.94
半成品	2,821.63	12.89	2,143.17	12.61	2,185.75	13.70
库存商品	1,484.11	6.78	1,201.58	7.07	1,125.97	7.06
发出商品	12,443.63	56.83	8,238.30	48.46	7,694.11	48.22
合计	21,896.29	100.00	16,998.20	100.00	15,956.88	100.00

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 15,956.88 万元、16,998.20 万元和 21,896.29 万元，占各期末流动资产的比例分别为 31.14%、34.64%和 38.83%。从结构上看，公司存货主要由原材料、半成品以及发出商品构成，合计占各期末存货账面价值的比例分别为 86.86%、85.19%和 88.39%，

结构占比较为稳定。

公司根据订单情况制定生产计划。报告期各期末，公司存货余额随着订单量的增减有所波动。2023 年末公司存货账面价值较 2022 年末同比增加 6.53%，2024 年末公司存货账面价值较 2023 年末同比增加 28.82%，主要是由于为满足销售需求而增加的产品生产；2024 年末发出商品账面价值较 2023 年末同比增加 51.05%，增幅较大的主要原因是大宗业务在执行的合同及订单增加，部分项目已发货到现场但尚未取得竣工验收单。

2. 其他披露事项：

(1) 存货整体情况			
单位：万元			
公司名称	2024 年 1 月 31 日/2024 年度	2023 年 1 月 31 日/2023 年度	2022 年 1 月 31 日/2022 年度
存货账面余额	22,845.87	17,577.13	16,595.73
存货跌价准备	949.59	578.93	638.84
存货账面价值	21,896.29	16,998.20	15,956.88
营业成本	56,835.44	52,030.64	51,001.74
存货周转率（次）	2.81	3.05	2.78
报告期各期末，公司存货账面价值分别为 15,956.88 万元、16,998.20 万元和 21,896.29 万元，占各期末流动资产的比例分别为 31.14%、34.64%和 38.83%，整体呈上升趋势。报告期内，公司存货周转率分别为 2.78 次/年、3.05 次/年和 2.81 次/年，报告期内公司存货周转率呈先升后降的趋势。公司 2023 年度的存货周转率高于 2022 年度，主要是由于 2021 年末存货余额较大，整体拉高了 2022 年度的存货平均余额；2024 年存货周转率较 2023 年度有所下降，主要是由于公司大宗业务从生产备货到实现收入的周转时间长于零售业务，2024 年度随着大宗业务收入占比的提高以及已发货到现场但尚未取得竣工验收单的项目持续增长，使得 2024 年末发出商品余额较 2023 年末同比增加 51.05%。			
(2) 存货周转率			
报告期内，公司存货周转率与同行业可比公司的比较情况如下：			
单位：次			
公司名称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
惠达卫浴	2.45	2.43	2.22
箭牌家居	3.94	3.76	3.26
皮阿诺	4.26	5.06	4.85
顶固集创	3.22	3.87	3.38
可比公司平均数	3.47	3.78	3.43

玫瑰岛	2.81	3.05	2.78

注：数据来源同行业可比公司公开信息。

报告期内，公司存货周转率低于同行业可比公司平均水平，主要是受公司业务模式的影响：对于公司大宗业务，存货在发出后并经安装验收通过前计入发出商品科目；对于出口业务，存货在发出后、报关出口并取得提单前计入发出商品科目；仅经销商业务模式下存货在发出并经物流公司签收后确认收入并同时结转成本。报告期内，公司大宗业务和出口业务模式下收入占比高于同行业可比公司，故公司存货周转率低于同行业可比公司平均水平具有合理性。

（3）存货跌价准备计提比例

报告期各期末，公司与同行业可比公司存货跌价计提比例如下：

项目	2024/12/31	2023/12/31	2022/12/31
惠达卫浴（%）	5.07	3.59	3.10
箭牌家居（%）	8.19	7.85	9.84
皮阿诺（%）	20.37	14.76	15.60
顶固集创（%）	10.31	5.89	5.45
可比公司平均数（%）	10.99	8.02	8.50
可比公司平均数（剔除皮阿诺）（%）	7.86	5.78	6.13
玫瑰岛（%）	4.16	3.29	3.85

注：数据来源同花顺 iFinD、同行业可比公司公开信息。

报告期各期末，同行业可比公司皮阿诺存货跌价计提比例明显高于同行业可比公司，主要系受下游房地产公司风险事件的影响，导致其未结算的发出商品计提跌价准备金额较大。剔除皮阿诺的影响，其他同行业可比公司存货跌价准备平均计提比例为 6.13%、5.78%和 7.86%。报告期各期末，公司存货跌价准备计提比例分别为 3.85%、3.29%和 4.16%，低于同行业可比公司平均水平，公司的生产模式以多样化、多款式、多批次的定制化生产为主，相对于同行业可比公司来说，公司标准品类产品占比较低，因此存货跌价准备计提比例相对较低。

综上，公司存货跌价准备计提比例与同行业可比公司存在差异，但具有合理性，公司存货跌价准备计提充分。

（三）金融资产、财务性投资

√适用 □不适用

1. 交易性金融资产

√适用 □不适用

单位：元

项目	2024 年 12 月 31 日
分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益	

的金融资产	
其中：	
理财产品	80,609,596.42
结构性存款	-
指定以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-
其中：	
合计	80,609,596.42

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司交易性金融资产金额分别为 14,851.99 万元、8,504.38 万元和 8,060.96 万元，占各期末流动资产的比例分别为 28.98%、17.33%和 14.30%。报告期内，公司以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产为购买的银行理财产品以及结构性存款。

2. 衍生金融资产

☐适用 ☒不适用

3. 债权投资

☐适用 ☒不适用

4. 其他债权投资

☐适用 ☒不适用

5. 长期应收款

☐适用 ☒不适用

6. 长期股权投资

☒适用 ☐不适用

单位：元

被投资单位	期初余额	2024 年度								期末余额	减值准备期末余额
		追加投资	减少投资	权益法下确认的投资损益	其他综合收益调整	其他权益变动	宣告发放现金股利或利润	计提减值准备	其他		
一、合营企业											
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
小计	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
二、联营企业											
丹 萨 尼（中山）	1,293,219.33	-	-	-	-	-	-	-	-	1,293,219.33	1,293,219.33
小计	1,293,219.33	-	-	-	-	-	-	-	-	1,293,219.33	1,293,219.33
合计	1,293,219.33	-	-	-	-	-	-	-	-	1,293,219.33	1,293,219.33

科目具体情况及分析说明：

公司长期股权投资系向联营企业丹萨尼卫浴（中山）有限公司的投资。因公司及联营股东决定不再运营丹萨尼（中山），公司对该笔投资全额计提了坏账准备，报告期各期末，公司长期股权投资净值均为 0。

7. 其他权益工具投资

☐适用 ☒不适用

8. 其他非流动金融资产

☐适用 ☒不适用

9. 其他财务性投资

☐适用 ☒不适用

10. 其他披露事项

不适用

11. 金融资产、财务性投资总体分析

报告期内，公司金融资产、财务性投资主要为交易性金融资产。截至 2024 年末，相关金融资产及投资的账面价值为 8,060.96 万元。

（四） 固定资产、在建工程

1. 固定资产

☒适用 ☐不适用

(1) 分类列示

☒适用 ☐不适用

单位：元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
固定资产	139,197,606.80	139,742,110.78	133,989,761.86
固定资产清理	-	-	-
合计	139,197,606.80	139,742,110.78	133,989,761.86

(2) 固定资产情况

☒适用 ☐不适用

单位：元

2024 年 12 月 31 日						
项目	房屋及建筑物	机器设备	运输设备	电子设备	其他	合计

					设备	
一、账面原值：						
1.期初余额	99,455,488.93	72,020,896.69	9,452,395.24	7,684,526.16		188,613,307.02
2.本期增加金额	1,967,467.04	11,553,505.06	202,048.33	2,017,047.57		15,740,068.00
（1）购置	1,899,505.87	6,515,829.40	202,048.33	1,540,656.51		10,158,040.11
（2）在建工程转入	67,961.17	5,037,675.66		476,391.06		5,582,027.89
（3）企业合并增加						-
3.本期减少金额		1,314,527.18	128,728.62	30,653.48		1,473,909.28
（1）处置或报废		1,314,527.18	128,728.62	30,653.48		1,473,909.28
4.期末余额	101,422,955.97	82,259,874.57	9,525,714.95	9,670,920.25		202,879,465.74
二、累计折旧						
1.期初余额	14,938,057.46	22,122,498.40	7,352,987.28	4,457,653.10		48,871,196.24
2.本期增加金额	5,064,847.69	8,798,635.12	475,516.65	1,407,227.21		15,746,226.67
（1）计提	5,064,847.69	8,798,635.12	475,516.65	1,407,227.21		15,746,226.67
3.本期减少金额		785,585.75	121,767.76	28,210.46		935,563.97
（1）处置或报废		785,585.75	121,767.76	28,210.46		935,563.97
4.期末余额	20,002,905.15	30,135,547.77	7,706,736.17	5,836,669.85		63,681,858.94
三、减值准备						
1.期初余额						-
2.本期增加金额						-
（1）计提						-
3.本期减少金额						-
（1）处置或报废						-
4.期末余额						-
四、账面价值						
1.期末账面价值	81,420,050.82	52,124,326.80	1,818,978.78	3,834,250.40		139,197,606.80
2.期初账面价值	84,517,431.47	49,898,398.29	2,099,407.96	3,226,873.06		139,742,110.78

单位：元

2023 年 12 月 31 日						
项目	房屋及建筑物	机器设备	运输设备	电子设备	其他设备	合计
一、账面原值：						
1.期初余额	93,714,267.83	62,338,511.39	9,267,226.05	6,531,988.41		171,851,993.68
2.本期增加金额	5,741,221.10	14,844,466.70	813,243.96	1,188,595.26		22,587,527.02
（1）购置	518,340.29	11,196,007.56	813,243.96	1,058,949.24		13,586,541.05
（2）在建工程转入	5,222,880.81	3,648,459.14		129,646.02		9,000,985.97
（3）企业合并增加						-
3.本期减少金额		5,162,081.40	628,074.77	36,057.51		5,826,213.68
（1）处置或报废		2,900,033.12	628,074.77	36,057.51		3,564,165.40
（2）转入在建工程		2,262,048.28				2,262,048.28
4.期末余额	99,455,488.93	72,020,896.69	9,452,395.24	7,684,526.16		188,613,307.02
二、累计折旧						
1.期初余额	10,272,151.22	16,815,075.74	7,555,856.87	3,219,147.99		37,862,231.82
2.本期增加金额	4,665,906.24	7,610,550.47	393,801.44	1,260,399.03		13,930,657.18
（1）计提	4,665,906.24	7,610,550.47	393,801.44	1,260,399.03		13,930,657.18
3.本期减少金额		2,303,127.81	596,671.03	21,893.92		2,921,692.76
（1）处置或报废		1,643,719.30	596,671.03	21,893.92		2,262,284.25
（2）转入在建工程		659,408.51				659,408.51

4.期末余额	14,938,057.46	22,122,498.40	7,352,987.28	4,457,653.10		48,871,196.24
三、减值准备						
1.期初余额						-
2.本期增加金额						-
(1) 计提						-
3.本期减少金额						-
(1) 处置或报废						-
4.期末余额						-
四、账面价值						
1.期末账面价值	84,517,431.47	49,898,398.29	2,099,407.96	3,226,873.06		139,742,110.78
2.期初账面价值	83,442,116.61	45,523,435.65	1,711,369.18	3,312,840.42		133,989,761.86

单位：元

2022 年 12 月 31 日						
项目	房屋及建筑物	机器设备	运输设备	电子设备	其他设备	合计
一、账面原值：						
1.期初余额	92,452,737.34	56,257,267.76	8,135,161.00	4,758,569.16		161,603,735.26
2.本期增加金额	1,261,530.49	8,038,558.93	1,132,065.05	1,780,169.25		12,212,323.72
(1) 购置	1,261,530.49	5,829,836.94	1,132,065.05	1,780,169.25		10,003,601.73
(2)在建工程转入		2,208,721.99				2,208,721.99
(3)企业合并增加						-
3.本期减少金额		1,957,315.30		6,750.00		1,964,065.30
(1) 处置或报废		113,657.47		6,750.00		120,407.47
(2)转入在建工程		1,843,657.83				1,843,657.83
4.期末余额	93,714,267.83	62,338,511.39	9,267,226.05	6,531,988.41		171,851,993.68
二、累计折旧						
1.期初余额	5,713,623.22	10,109,507.75	7,358,858.50	2,223,022.44		25,405,011.91
2.本期增加金额	4,558,528.00	6,911,733.86	196,998.37	996,553.05		12,663,813.28
(1) 计提	4,558,528.00	6,911,733.86	196,998.37	996,553.05		12,663,813.28
3.本期减少金额		206,165.87		427.50		206,593.37
(1) 处置或报废		13,737.17		427.50		14,164.67
(2)转入在建工程		192,428.70				192,428.70
4.期末余额	10,272,151.22	16,815,075.74	7,555,856.87	3,219,147.99		37,862,231.82
三、减值准备						
1.期初余额						
2.本期增加金额						
(1) 计提						
3.本期减少金额						
(1) 处置或报废						
4.期末余额						
四、账面价值						
1.期末账面价值	83,442,116.61	45,523,435.65	1,711,369.18	3,312,840.42		133,989,761.86
2.期初账面价值	86,739,114.12	46,147,760.01	776,302.50	2,535,546.72		136,198,723.35

(3) 暂时闲置的固定资产情况

☐适用 ☒不适用

(4) 通过融资租赁租入的固定资产情况（未执行新租赁准则）

☐适用 ☒不适用

(5) 通过经营租赁租出的固定资产

☐适用 ☒不适用

(6) 未办妥产权证书的固定资产情况

☒适用 ☐不适用

单位：元

2024 年 12 月 31 日		
项目	账面价值	未办妥产权证书的原因
1 号电房	537,417.61	见下文注释
H1（污水厂）一部分	3,652,561.38	见下文注释
H2（挤压二车间）一部分	458,485.83	见下文注释
H5（挤压一车间）	1,427,215.92	见下文注释
铝材办公楼	225,262.19	见下文注释
铝材锅炉房	41,212.21	见下文注释
电工仓库	73,994.65	见下文注释
仓库	770,965.54	见下文注释
展厅	2,015,920.74	见下文注释
二楼廊厅、洗手间等	70,730.78	见下文注释
实验室	292,118.14	见下文注释
办公室	81,340.40	见下文注释
一楼廊厅、洗手间等	199,460.81	见下文注释
喷涂车间	3,055,093.65	见下文注释

注：未办妥产权证书原因请详见本招股说明书“第五节 业务和技术”之“三、发行人主营业务情况”之“（三）主要资产情况”之“6、其他情况”。

(7) 固定资产清理

☐适用 ☒不适用

(8) 科目具体情况及分析说明

①固定资产总体分析

报告期各期末，公司固定资产账面价值分别为 13,398.98 万元、13,974.21 万元和 13,919.76 万元，占各期末非流动资产的比例分别为 60.61%、59.85%和 59.52%。公司固定资产主要为房屋及建筑物、机器设备、运输工具和电子设备等。

截至 2024 年 12 月 31 日，公司固定资产成新率情况如下：

单位：元

项目	原值	累计折旧	减值准备	净值	成新率
房屋及建筑物	101,422,955.97	20,002,905.15	-	81,420,050.82	80.28%
机器设备	82,259,874.57	30,135,547.77	-	52,124,326.80	63.37%
运输设备	9,525,714.95	7,706,736.17	-	1,818,978.78	19.10%
电子设备及其他	9,670,920.25	5,836,669.85	-	3,834,250.40	39.65%

合计	202,879,465.74	63,681,858.94	-	139,197,606.80	68.61%

截至 2024 年 12 月 31 日，公司固定资产整体成新率为 68.61%，公司固定资产使用状态良好，不存在计提减值准备的情形。

②固定资产折旧年限情况

公司与同行业可比公司固定资产折旧年限的比较情况如下：

公司名称	固定资产折旧年限			
	房屋建筑物	机器设备	运输工具	电子设备及其他
惠达卫浴	10-35 年	5-30 年	4-6 年	3-10 年
箭牌家居	10-30 年	5-10 年	5-8 年	2-5 年
皮阿诺	20 年	10 年	4 年	3-5 年
顶固集创	20 年	3-10 年	5 年	3-5 年
玫瑰岛	10-35 年	2-10 年	4-5 年	3-10 年

注：数据来源于同行业可比公司公开信息。

由上表可知，公司固定资产折旧年限与同行业可比公司相比不存在显著差异。

2. 在建工程

√适用 □不适用

(1) 分类列示

√适用 □不适用

单位：元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
在建工程	5,049,682.83	7,074,031.00	6,730,571.97
工程物资	-	-	-
合计	5,049,682.83	7,074,031.00	6,730,571.97

(2) 在建工程情况

√适用 □不适用

单位：元

2024 年 12 月 31 日			
项目	账面余额	减值准备	账面价值
厂区房屋建设	3,304,943.89	-	3,304,943.89
办公楼装修			
待安装设备	1,302,261.06	-	1,302,261.06
淋浴房智能化组装包装生产线	442,477.88	-	442,477.88
合计	5,049,682.83	-	5,049,682.83

单位：元

2023 年 12 月 31 日			
项目	账面余额	减值准备	账面价值
厂区房屋建设		-	

办公楼装修	1,943,057.69	-	1,943,057.69
待安装设备	483,052.95	-	483,052.95
淋浴房智能化组装包装生产线	4,647,920.36	-	4,647,920.36
合计	7,074,031.00	-	7,074,031.00

单位：元

2022 年 12 月 31 日			
项目	账面余额	减值准备	账面价值
厂区房屋建设	135,649.77	-	135,649.77
办公楼装修	47,886.80	-	47,886.80
待安装设备	1,899,115.04	-	1,899,115.04
淋浴房智能化组装包装生产线	4,647,920.36	-	4,647,920.36
合计	6,730,571.97	-	6,730,571.97

其他说明：

无

(3) 重要在建工程项目报告期变动情况

√适用 □不适用

单位：元

2024 年度												
项目名称	预算数	期初余额	本期增加金额	本期转入固定资产金额	本期其他减少金额	期末余额	工程累计投入占预算比例 (%)	工程进度	利息资本化累计金额	其中：本期利息资本化金额	本期利息资本化率 (%)	资金来源
厂区房屋建设	5,000,000.00		3,372,905.06	67,961.17		3,304,943.89	67.46	67.00				自有资金
办公楼装修	7,800,000.00	1,943,057.69	930,709.63		2,873,767.32	-	100.00	100.00				自有资金
淋浴房智能化组装包装生产线	5,500,000.00	4,647,920.36		4,205,442.48		442,477.88	84.51	84.00				自有资金
合计	18,300,000.00	6,590,978.05	4,303,614.69	4,273,403.65	2,873,767.32	3,747,421.77	-	-	-	-	-	-

单位：元

2023 年度												
项目名称	预算数	期初余额	本期增加金额	本期转入固定资产金额	本期其他减少金额	期末余额	工程累计投入占预算比例 (%)	工程进度	利息资本化累计金额	其中：本期利息资本化金额	本期利息资本化率 (%)	资金来源
厂区房屋建筑	5,300,000.00	135,649.77	5,087,231.04	5,222,880.81		-	98.54	100.00				自有资金
办公楼装修	7,800,000.00	47,886.80	7,415,893.73		5,520,722.84	1,943,057.69	95.69	95.00				自有资金
待安装设备	4,500,000.00	1,899,115.04	2,362,043.07	3,778,105.16		483,052.95	94.69	95.00				自有资金
淋浴房智能化组装包装生产线	5,500,000.00	4,647,920.36				4,647,920.36	84.51	85.00				自有资金
合计	23,100,000.00	6,730,571.97	14,865,167.84	9,000,985.97	5,520,722.84	7,074,031.00	-	-			-	-

单位：元

2022 年度												
项目名称	预算数	期初余额	本期增加金额	本期转入固定资产金额	本期其他减少金额	期末余额	工程累计投入占预算比例（%）	工程进度	利息资本化累计金额	其中：本期利息资本化金额	本期利息资本化率（%）	资金来源
待安装设备	4,500,000.00	1,858,407.08	2,249,429.95	2,208,721.99		1,899,115.04	91.29	90.00				自有资金
淋浴房智能化组装包装生产线	5,500,000.00	4,647,920.36				4,647,920.36	84.51	85.00				自有资金
合计	10,000,000.00	6,506,327.44	2,249,429.95	2,208,721.99	-	6,547,035.40	-	-			-	-

其他说明：

无

(4) 报告期计提在建工程减值准备情况

☐适用 ☒不适用

(5) 工程物资情况

☐适用 ☒不适用

(6) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司在建工程账面价值分别为 673.06 万元、707.40 万元和 504.97 万元，占各期末非流动资产的比例分别为 3.04%、3.03%和 2.16%。在建工程主要为淋浴房智能化组装包装生产线工程、办公楼装修、厂区房屋建筑以及待安装设备。

3. 其他披露事项

无

(五) 无形资产、开发支出

1. 无形资产

☒适用 ☐不适用

(1) 无形资产情况

☒适用 ☐不适用

单位：元

2024 年 12 月 31 日			
项目	土地使用权	专利权	合计
一、账面原值			

1.期初余额	34,276,827.65	1,041,283.67	35,318,111.32
2.本期增加金额		1,959,784.61	1,959,784.61
（1）购置		1,959,784.61	1,959,784.61
（2）内部研发			
（3）企业合并增加			
3.本期减少金额			
（1）处置			
4.期末余额	34,276,827.65	3,001,068.28	37,277,895.93
二、累计摊销			
1.期初余额	4,508,063.40	863,361.64	5,371,425.04
2.本期增加金额	932,702.76	226,346.21	1,159,048.97
（1）计提	932,702.76	226,346.21	1,159,048.97
3.本期减少金额			
（1）处置			
4.期末余额	5,440,766.16	1,089,707.85	6,530,474.01
三、减值准备			
1.期初余额			
2.本期增加金额			
（1）计提			
3.本期减少金额			
（1）处置			
4.期末余额			
四、账面价值			
1.期末账面价值	28,836,061.49	1,911,360.43	30,747,421.92
2.期初账面价值	29,768,764.25	177,922.03	29,946,686.28

单位：元

2023 年 12 月 31 日			
项目	土地使用权	专利权	合计
一、账面原值			
1.期初余额	34,276,827.65	988,571.11	35,265,398.76
2.本期增加金额		52,712.56	52,712.56
（1）购置		52,712.56	52,712.56
（2）内部研发			
（3）企业合并增加			
3.本期减少金额			
（1）处置			
4.期末余额	34,276,827.65	1,041,283.67	35,318,111.32
二、累计摊销			
1.期初余额	3,575,360.67	747,918.45	4,323,279.12
2.本期增加金额	932,702.73	115,443.19	1,048,145.92
（1）计提	932,702.73	115,443.19	1,048,145.92
3.本期减少金额			
（1）处置			
4.期末余额	4,508,063.40	863,361.64	5,371,425.04
三、减值准备			
1.期初余额			
2.本期增加金额			
（1）计提			

3.本期减少金额			
(1) 处置			
4.期末余额			
四、账面价值			
1.期末账面价值	29,768,764.25	177,922.03	29,946,686.28
2.期初账面价值	30,701,466.98	240,652.66	30,942,119.64

单位：元

2022 年 12 月 31 日			
项目	土地使用权	专利权	合计
一、账面原值			
1.期初余额	34,276,827.65	723,571.11	35,000,398.76
2.本期增加金额		265,000.00	265,000.00
(1) 购置		265,000.00	265,000.00
(2) 内部研发			
(3) 企业合并增加			
3.本期减少金额			
(1) 处置			
4.期末余额	34,276,827.65	988,571.11	35,265,398.76
二、累计摊销			
1.期初余额	2,642,657.91	634,193.88	3,276,851.79
2.本期增加金额	932,702.76	113,724.57	1,046,427.33
(1) 计提	932,702.76	113,724.57	1,046,427.33
3.本期减少金额			
(1) 处置			
4.期末余额	3,575,360.67	747,918.45	4,323,279.12
三、减值准备			
1.期初余额			
2.本期增加金额			
(1) 计提			
3.本期减少金额			
(1) 处置			
4.期末余额			
四、账面价值			
1.期末账面价值	30,701,466.98	240,652.66	30,942,119.64
2.期初账面价值	31,634,169.74	89,377.23	31,723,546.97

其他说明：

无

(2) 报告期末尚未办妥产权证的土地使用权情况

☐适用 ☒不适用

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司无形资产账面价值分别为 3,094.21 万元、2,994.67 万元和 3,074.74 万元，占各期末非流动资产的比例分别为 14.00%、12.83%和 13.15%。公司的无形资产为土地使用权及软

件。公司无形资产于资产负债表日不存在减值迹象，不存在应计提减值准备未足额计提情况。

2. 开发支出

☐适用 ☒不适用

3. 其他披露事项

无

(六) 商誉

☒适用 ☐不适用

1. 商誉

(1) 商誉账面原值

☒适用 ☐不适用

单位：元

被投资单位名称或形成商誉的事项	2024 年 12 月 31 日
直营门店业务收购形成资产组	2,349,058.11
合计	2,349,058.11

(2) 商誉减值准备

☒适用 ☐不适用

单位：元

被投资单位名称或形成商誉的事项	2023 年 12 月 31 日	本期增加		本期减少		2024 年 12 月 31 日
		计提	其他	处置	其他	
直营门店业务收购形成资产组	-	326,847.60	-	-	-	326,847.60
合计	-	326,847.60	-	-	-	326,847.60

(3) 商誉所在资产组或资产组组合的相关信息

☒适用 ☐不适用

2024 年 1 月，公司通过全资子公司玫瑰岛定制作为收购资产组的实施主体收购了北京玖合辉商贸有限公司业务相关资产组（包括 12 家店面及店面相关的资产、库房以及库房内的相关资产、对客户应收账款、应付账款等协议约定的资产及负债）。公司将支付对价与购买日资产组的可辨认净资产公允价值之间的差额确认为商誉。

(4) 说明商誉减值测试过程、关键参数

☒适用 ☐不适用

公司收购的资产组可收回金额按照预计未来现金流量现值确定，未来现金流量的现值是公司根据历史经验及对市场发展的预测，并采用恰当的折现率进行折现确定。

相关资产组可收回金额相关参数情况如下：

单位：元

项目	包含商誉的资产组或资产组组合的账面价值	可收回金额	本期计提减值金额	预测期年限	预测期内的收入增长率、利润率等参数及其确定依据	稳定期增长率、利润率等参数及其确定依据	折现率及其确定依据
直营门店业务收购形成资产组	2,675,905.71	2,349,058.11	326,847.60	2025年-2029年，2030年至永续期	预测期内的收入增长率分别为-42.25%、31.94%、21.17%、12.35%、9.94%，2025年公司陆续由全直营转为直营和分销管理模式，直营门店减少，故2025年销售收入呈下降趋势，同时公司陆续推动主流中高档产品，提高产品售价及单件毛利后，收入随后变动平稳	稳定期后每年平稳运行，增长率为零	公司根据以往经验及对市场发展的预测确定采用12.00%的折现率，该折现率是反映当前市场货币时间价值和相关资产组特定风险的权益期望回报率
合计	2,675,905.71	2,349,058.11	326,847.60	/	/	/	/

(5) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司商誉为0.00万元、0.00万元和234.91万元，主要系全资子公司玫瑰岛定制收购的北京玖合辉商贸有限公司业务相关资产组而形成。

2. 其他披露事项

无

(七) 主要债项

1. 短期借款

√适用 □不适用

(1) 短期借款分类

单位：元

项目	2024年12月31日
质押借款	1,791,115.96
抵押借款	-
保证借款	1,000,886.11
信用借款	-

合计	2,792,002.07

短期借款分类说明：

短期借款是公司向银行或其他金融机构借入的偿还期限在 1 年（含 1 年）以内的各种借款及利息、附追索权的应收账款保理业务。

(2) 已逾期未偿还的短期借款情况

☐适用 ☒不适用

(3) 科目具体情况及分析说明

截至 2024 年 12 月 31 日，公司短期借款余额为 279.20 万元，主要为保证及质押借款（附追索权的应收账款保理业务）。

2. 交易性金融负债

☐适用 ☒不适用

3. 衍生金融负债

☐适用 ☒不适用

4. 合同负债（已执行新收入准则公司适用）

☒适用 ☐不适用

(1) 合同负债情况

单位：元

项目	2024 年 12 月 31 日
货款	100,454,430.17
合计	100,454,430.17

(2) 报告期内账面价值发生重大变动的金额和原因

☐适用 ☒不适用

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司合同负债余额分别为 8,720.81 万元、7,893.03 万元和 10,045.44 万元，占期末流动负债的比例分别为 29.65%、30.90%和 38.96%，公司合同负债主要系预收客户的货款。截至 2024 年 12 月 31 日，合同负债余额中无预收持公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东单位款项。

5. 长期借款

☐适用 ☒不适用

6. 其他流动负债

☒适用 ☐不适用

(1) 其他流动负债情况

单位：元

项目	2024 年 12 月 31 日
短期应付债券	-
应付退货款	-
待转销项税额	3,642,794.61
产品质量保证金	852,571.88
合计	4,495,366.49

(2) 短期应付债券的增减变动

☐适用 ☒不适用

(3) 科目具体情况及分析说明

截至2024年12月31日，公司其他流动负债金额为449.54万元，占期末流动负债的比例为1.74%，主要为待转增值税销项税额、产品质量保证金，金额及占比均较小。

7. 其他非流动负债

☐适用 ☒不适用

8. 应付债券

☐适用 ☒不适用

9. 主要债项、期末偿债能力总体分析

(1) 偿债能力指标

报告期各期末，公司偿债能力的主要财务指标如下：

项目	2024/12/31	2023/12/31	2022/12/31
流动比率（倍）	2.19	1.92	1.74
速动比率（倍）	1.34	1.26	1.20
资产负债率（母公司）（%）	43.92	45.07	49.27
资产负债率（合并）（%）	35.87	39.90	45.20
项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
息税折旧摊销前利润（元）	108,008,645.18	135,507,213.92	151,217,456.56
利息保障倍数（倍）	44.50	45.55	28.63

注 1：速动资产=期末流动资产-期末存货

注 2：息税折旧摊销前利润=净利润+所得税+利息支出+固定资产折旧+使用权资产折旧+无形资产

摊销+长期待摊费用摊销

注 3：利息保障倍数=（净利润+所得税+利息支出）/利息支出

报告期各期末，公司流动比率分别为 1.74、1.92 和 2.19，速动比率分别为 1.20、1.26 和 1.34。报告期各期末，公司流动比率和速动比率均呈上升趋势，短期偿债能力有所提升，主要得益于公司持续盈利，公司短期偿债风险较小。

报告期各期末，公司合并资产负债率分别为 45.20%、39.90%和 35.87%，呈下降趋势。报告期内，公司业务良性发展，实现持续盈利，自有资金能够满足现有业务所需，公司使用的银行借款逐年减少，公司资产负债率总体维持在较低水平，公司具有较强的长期偿债能力，财务风险较小。

报告期内，公司利息保障倍数分别为 28.63 倍、45.55 倍和 44.50 倍。2023 年度利息保障倍数同比显著上涨的主要原因系：2023 年度，随着公司对银行借款余额的到期偿还，公司支付的银行借款利息支出较 2022 年度大幅下降。

综上所述，报告期内，公司经营状况良好，盈利能力较强，流动比率、速动比率以及利息保障倍数均维持在较好水平。公司稳健的经营态势保证了公司较强的偿债能力。

（2）可比公司偿债能力指标比较

1）同行业可比公司短期偿债能力指标

报告期内，公司及同行业可比公司短期偿债能力指标情况如下：

项目	公司名称	2024/12/31	2023/12/31	2022/12/31
流动比率（倍）	顶固集创	0.94	1.12	1.13
	皮阿诺	1.28	1.54	1.54
	惠达卫浴	1.99	1.31	1.68
	箭牌家居	0.79	0.88	0.97
	可比公司平均	1.25	1.21	1.33
	玫瑰岛	2.19	1.92	1.74
速动比率（倍）	顶固集创	0.61	0.81	0.82
	皮阿诺	1.07	1.37	1.37
	惠达卫浴	1.34	0.76	0.97
	箭牌家居	0.49	0.59	0.62
	可比公司平均	0.88	0.88	0.95
	玫瑰岛	1.34	1.26	1.20

注：数据来源 choice、同行业可比公司公开信息。

报告期各期，公司流动比率、速动比率均高于同行业可比公司平均水平，公司具有较强的短期偿债能力，流动性风险和偿债风险较低。

2）同行业可比公司长期偿债能力指标

报告期内，公司的合并资产负债率与同行业可比公司对比情况如下：

单位：%

公司名称	2024/12/31	2023/12/31	2022/12/31
顶固集创	58.69	56.49	54.22
皮阿诺	39.35	41.68	47.89
惠达卫浴	29.69	34.36	31.60
箭牌家居	51.64	52.94	52.94
可比公司平均	44.84	46.37	46.66
玫瑰岛	35.87	39.90	45.20

注：数据来源 Choice、同行业可比公司公开信息。

报告期各期末，公司合并资产负债率低于同行业可比公司平均水平，主要得益于公司持续盈利，公司资本结构良好，偿债能力较强。

（八） 股东权益

1. 股本

单位：元

	2023 年 12 月 31 日	本期变动					2024 年 12 月 31 日
		发行新股	送股	公积金 转股	其他	小计	
股份总数	60,000,000.00	280,000.00	-	-	-	280,000.00	60,280,000.00

单位：元

	2022 年 12 月 31 日	本期变动					2023 年 12 月 31 日
		发行新股	送股	公积金 转股	其他	小计	
股份总数	53,216,000.00	1,931,200.00	-	-	4,852,800.00	6,784,000.00	60,000,000.00

单位：元

	2021 年 12 月 31 日	本期变动					2022 年 12 月 31 日
		发行新股	送股	公积金 转股	其他	小计	
股份总数	50,000,000.00	3,216,000.00	-	-	0	3,216,000.00	53,216,000.00

科目具体情况及分析说明：

（1）2022 年 12 月 19 日，经公司股东会决议，同意公司注册资本由人民币 5,000.00 万元变更为 5,321.60 万元，新增注册资本 321.60 万元全部由虎嗅管理认缴；

（2）2023 年 5 月 25 日，经公司股东会决议，同意公司注册资本由人民币 5,321.60 万元变更为 5,438.26 万元，新增注册资本 116.66 万元全部由龙格投资认缴；

（3）2023 年 5 月 26 日，经公司股东会决议，同意公司注册资本由人民币 5,438.26 万元增加至 5,514.72 万元，新增注册资本 76.46 万元全部由龙吟管理认缴；

（4）2023 年 11 月 20 日，公司召开 2023 年第一次股东大会，同意公司全体股东作为发起人，

将公司由有限责任公司整体变更为股份有限公司，以截至 2023 年 8 月 31 日经审计的净资产按照原股东出资比例以 4.425278:1 的比例折合股份公司总股本 6,000.00 万元；

(5)2024 年 4 月 26 日，经公司 2023 年年度股东大会决议，同意公司注册资本由人民币 6,000.00 万元增加至 6,028.00 万元，新增注册资本 28.00 万元全部由龙吟管理认缴。

2. 其他权益工具

☐适用 ☒不适用

3. 资本公积

☒适用 ☐不适用

单位：元

项目	2023 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2024 年 12 月 31 日
资本溢价（股本溢价）	205,516,705.79	1,820,000.00	-	207,336,705.79
其他资本公积	2,011,351.26	4,963,147.10	-	6,974,498.36
合计	207,528,057.05	6,783,147.10	-	214,311,204.15

单位：元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2023 年 12 月 31 日
资本溢价（股本溢价）	16,080,000.00	189,436,705.79	-	205,516,705.79
其他资本公积	325,913.22	5,132,299.51	3,446,861.47	2,011,351.26
合计	16,405,913.22	194,569,005.30	3,446,861.47	207,528,057.05

单位：元

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2022 年 12 月 31 日
资本溢价（股本溢价）	-	16,080,000.00	-	16,080,000.00
其他资本公积	23,697.30	302,215.92	-	325,913.22
合计	23,697.30	16,382,215.92	-	16,405,913.22

其他说明，包括本期增减变动情况、变动原因说明：

☒适用 ☐不适用

2022 年度，“资本公积-资本溢价（股本溢价）”增加 16,080,000.00 元，系虎嗅管理增资所致；“资本公积-其他资本公积”增加 302,215.92 元，系公司进行股权激励并确认 2022 年度股份支付费用。

2023 年度，“资本公积-资本溢价（股本溢价）”增加系龙格投资、龙吟管理增资及股份制改造时净资产折股所致；“资本公积-其他资本公积”增加 5,132,299.51 元，系确认股权激励对应的股份支付费用。2023 年资本公积（其他资本公积）减少 3,446,861.47 元，系净资产折股转入资本公积（股本溢价）所致。

2024 年度，“资本公积-资本溢价（股本溢价）”增加 1,820,000.00 元，系龙吟管理增资所致；“资本公积-其他资本公积”增加 4,963,147.10 元，系确认股权激励对应的股份支付费用所致。

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司资本公积形成原因主要包括资本溢价（股本溢价）、股权激励对应的股份支付费用。

4. 库存股

☐适用 ☒不适用

5. 其他综合收益

☐适用 ☒不适用

6. 专项储备

☐适用 ☒不适用

7. 盈余公积

☒适用 ☐不适用

单位：元

项目	2023 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2024 年 12 月 31 日
法定盈余公积	3,162,267.24	3,324,100.25	-	6,486,367.49
任意盈余公积	-	-	-	-
合计	3,162,267.24	3,324,100.25	-	6,486,367.49

单位：元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2023 年 12 月 31 日
法定盈余公积	23,327,594.58	3,301,931.50	23,467,258.84	3,162,267.24
任意盈余公积	-	-	-	-
合计	23,327,594.58	3,301,931.50	23,467,258.84	3,162,267.24

单位：元

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2022 年 12 月 31 日
法定盈余公积	17,619,947.97	5,707,646.61	-	23,327,594.58
任意盈余公积	-	-	-	-
合计	17,619,947.97	5,707,646.61	-	23,327,594.58

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司盈余公积余额分别为 2,332.76 万元、316.23 万元和 648.64 万元。报告期内，公司按照年终实现的净利润的 10%计提法定盈余公积。2023 年度，盈余公积增加 330.19 万元，系按照母公司 2023 年净资产折股后实现的净利润的 10%计提的法定盈余公积；2023 年度，盈余公积减少 2,346.73 万元，系公司在股份制改造时按净资产折股。

8. 未分配利润

单位：元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
调整前上期末未分配利润	164,593,863.89	309,049,070.02	206,522,768.13
调整期初未分配利润合计数			

调整后期初未分配利润	164,593,863.89	309,049,070.02	206,522,768.13
加：本期归属于母公司所有者的净利润	69,200,265.57	95,403,310.85	108,233,948.50
减：提取法定盈余公积	3,324,100.25	3,301,931.50	5,707,646.61
提取任意盈余公积	-	-	-
提取一般风险准备	-	-	-
应付普通股股利	-	80,000,000.00	-
转作股本的普通股股利	-	-	-
股改折股净资产	-	156,556,585.48	-
期末未分配利润	230,470,029.21	164,593,863.89	309,049,070.02

调整期初未分配利润明细：

☐适用 ☒不适用

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司未分配利润余额分别为 30,904.91 万元、16,459.39 万元和 23,047.00 万元，2023 年公司对股东分配股利的金额为 8,000.00 万元，未分配利润折股金额为 15,655.66 万元。

9. 其他披露事项

无

10. 股东权益总体分析

报告期各期末，公司归属于母公司所有者权益金额分别为 40,199.86 万元、43,528.42 万元和 51,154.76 万元，公司归属于母公司所有者权益逐年增加，主要得益于报告期内公司持续盈利，留存收益逐年增加。

（九）其他资产负债科目分析

1. 货币资金

☒适用 ☐不适用

单位：元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
库存现金	-	-	54,172.46
银行存款	89,595,707.81	94,564,343.04	75,122,992.79
其他货币资金	10,034,613.75	9,089,775.44	4,778,052.76
合计	99,630,321.56	103,654,118.48	79,955,218.01
其中：存放在境外的款项总额	-	-	-

使用受到限制的货币资金

√适用 □不适用

单位：元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
诉讼冻结资金		2,705,852.13	2,502,784.49
保函保证金	8,926,278.79	8,885,716.99	4,167,238.62
合计	8,926,278.79	11,591,569.12	6,670,023.11

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司货币资金余额分别为 7,995.52 万元、10,365.41 万元和 9,963.03 万元，占各期末流动资产的比例分别为 15.60%、21.12%和 17.67%。公司货币资金主要由银行存款和其他货币资金构成。其他货币资金主要系保函保证金、存放于第三方电商平台资金等。

报告期各期末，货币资金中受到使用限制的金额分别为 667.00 万元、1,159.16 万元和 892.63 万元，主要系保函保证金及诉讼冻结资金。截至 2024 年 12 月 31 日，除了上述受限资金外，公司不存在其他抵押、质押、冻结等对使用有限制或存放在境外、资金汇回受到限制的货币资金。

2. 预付款项

√适用 □不适用

(1) 预付款项按账龄列示

单位：元

账龄	2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
1 年以内	3,691,378.34	97.06	4,456,144.60	97.88	1,234,774.19	74.83
1 至 2 年	90,589.32	2.38	96,625.28	2.12	415,355.72	25.17
2 至 3 年	21,481.26	0.56	-	-	-	-
3 年以上	-	-	-	-	-	-
合计	3,803,448.92	100.00	4,552,769.88	100.00	1,650,129.91	100.00

账龄超过 1 年且金额重要的预付款项未及时结算的原因：

□适用 √不适用

(2) 按预付对象归集的报告期各期末余额前五名的预付款项情况

√适用 □不适用

单位：元

单位名称	2024 年 12 月 31 日	占预付账款期末余额比例（%）
威凡文化（深圳）有限公司	609,900.99	16.04
居然智家	579,223.73	15.23
上海环球展览有限公司	333,773.58	8.78
金牌厨柜家居科技股份有限公司	234,515.00	6.17
淘宝（中国）软件有限公司	158,209.94	4.16
合计	1,915,623.24	50.38

单位：元

单位名称	2023 年 12 月 31 日	占预付账款期末余额比例（%）

上海环球展览有限公司	502,173.58	11.03
盈拓国际展览有限公司	469,419.00	10.31
信义集团	322,706.57	7.09
居然智家	225,375.00	4.95
佛山市齐海君洋设计策划有限公司	204,602.00	4.49
合计	1,724,276.15	37.87

单位：元

单位名称	2022 年 12 月 31 日	占预付账款期末余额比例（%）
上海环球展览有限公司	466,867.91	28.29
信义集团	133,802.38	8.11
台山市水步镇富字五金加工厂	94,944.00	5.75
上海博华国际展览有限公司	89,250.00	5.41
肖杉	88,143.62	5.34
合计	873,007.91	52.90

注：1、信义集团包括信义环保特种玻璃（江门）有限公司、信义供应链管理（江苏）有限公司、信义超薄玻璃（东莞）有限公司和信义玻璃（海南）有限公司；
2、居然智家包括北京居然之家智能家居有限公司、北京居然之家金源家居建材市场有限公司和北京居然之家十里河家居建材市场有限公司、北京居然之家家居建材商业管理有限公司、北京居然乐屋装饰有限公司。

（3）科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司预付账款余额分别为 165.01 万元、455.28 万元和 380.34 万元，占各期末流动资产的比例分别为 0.32%、0.93%和 0.67%，主要为预付的展览费、加工费、材料费等，账龄主要在一年以内。

3. 合同资产

√适用 □不适用

（1）合同资产情况

单位：元

项目	2024 年 12 月 31 日		
	账面余额	跌价准备	账面价值
应收质保金	2,717,998.90	740,470.18	1,977,528.72
合计	2,717,998.90	740,470.18	1,977,528.72

√适用 □不适用

单位：元

项目	2023 年 12 月 31 日		
	账面余额	跌价准备	账面价值
应收质保金	3,985,632.86	1,175,039.96	2,810,592.90
合计	3,985,632.86	1,175,039.96	2,810,592.90

√适用 □不适用

单位：元

项目	2022 年 12 月 31 日		
	账面余额	跌价准备	账面价值
应收质保金	4,476,563.68	1,094,029.62	3,382,534.06

合计	4,476,563.68	1,094,029.62	3,382,534.06

(2) 合同资产减值准备

√适用 □不适用

单位：元

项目	2023年12月31日	本期增加	本期减少			2024年12月31日
			转回	转销	其他减少	
单项计提减值准备	59,960.02	95,663.65			59,960.02	95,663.65
按组合计提减值准备	1,115,079.94	238,752.77			709,026.18	644,806.53
合计	1,175,039.96	334,416.42			768,986.20	740,470.18

√适用 □不适用

单位：元

项目	2022年12月31日	本期增加	本期减少			2023年12月31日
			转回	转销	其他减少	
单项计提减值准备					-59,960.02	59,960.02
按组合计提减值准备	1,094,029.62	700,068.59			679,018.27	1,115,079.94
合计	1,094,029.62	700,068.59	-	-	619,058.25	1,175,039.96

√适用 □不适用

单位：元

项目	2021年12月31日	本期增加	本期减少			2022年12月31日
			转回	转销	其他减少	
单项计提减值准备		-				-
按组合计提减值准备	1,148,797.98	2,017,624.13			2,072,392.49	1,094,029.62
合计	1,148,797.98	2,017,624.13	-	-	2,072,392.49	1,094,029.62

如按预期信用损失一般模型计提坏账准备，请参照其他应收款披露：

□适用 √不适用

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司合同资产金额分别为 338.25 万元、281.06 万元和 197.75 万元，占各期末流动资产的比例分别为 0.66%、0.57%和 0.35%，公司合同资产主要系应收客户的产品质保金。

4. 其他应收款

√适用 □不适用

单位：元

项目	2024年12月31日	2023年12月31日	2022年12月31日
应收利息	-	0.27	1,147.33
应收股利	-	-	-
其他应收款	5,606,304.72	3,888,947.09	2,608,957.61

合计	5,606,304.72	3,888,947.36	2,610,104.94

(1) 按坏账计提方法分类披露

单位：元

类别	2024 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的其他应收款					
按组合计提坏账准备的其他应收款	6,932,360.38	100.00	1,326,055.66	19.13	5,606,304.72
其中：账龄组合	3,794,241.77	54.73	1,326,055.66	34.95	2,468,186.11
应收出口退税款项组合	3,138,118.61	45.27	-	-	3,138,118.61
合计	6,932,360.38	100.00	1,326,055.66	19.13	5,606,304.72

单位：元

类别	2023 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的其他应收款					
按组合计提坏账准备的其他应收款	4,933,507.95	100.00	1,044,560.86	21.17	3,888,947.09
其中：账龄组合	3,663,217.18	74.25	1,044,560.86	28.51	2,618,656.32
应收出口退税款项组合	1,270,290.77	25.75	-	-	1,270,290.77
应收利息	0.27	0.00	-	-	0.27
合计	4,933,508.22	100.00	1,044,560.86	21.17	3,888,947.36

单位：元

类别	2022 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的其他应收款					
按组合计提坏账准备的其他应收款	3,486,440.96	99.97	877,483.35	25.17	2,608,957.61
其中：账龄组合	3,129,667.13	89.74	877,483.35	28.04	2,252,183.78
应收出口退税款项组合	356,773.83	10.23	-	-	356,773.83
应收利息	1,147.33	0.03	-	-	1,147.33
合计	3,487,588.29	100.00	877,483.35	25.17	2,610,104.94

1) 按单项计提坏账准备

☐适用 ☒不适用

2) 按组合计提坏账准备：

☒适用 ☐不适用

单位：元

组合名称	2024 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）
账龄组合	3,794,241.77	1,326,055.66	34.95
其他组合	3,138,118.61	-	-
合计	6,932,360.38	1,326,055.66	19.13

单位：元

组合名称	2023 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）
账龄组合	3,663,217.18	1,044,560.86	28.51
其他组合	1,270,290.77	-	-
合计	4,933,507.95	1,044,560.86	21.17

单位：元

组合名称	2022 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）
账龄组合	3,129,667.13	877,483.35	28.04
其他组合	356,773.83	-	-
合计	3,486,440.96	877,483.35	25.17

确定组合依据的说明：

公司按信用风险特征将应收账款划分为下列不同组合：

①组合 1：其他应收款——应收出口退税款项组合，本组合参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。该组合由于无回收风险，故未计提坏账准备。

②组合 2：其他应收款——账龄组合，本组合参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制其他应收款账龄与预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。

3）如按预期信用损失一般模型计提坏账准备，请按下表披露坏账准备的相关信息：

√适用 □不适用

单位：元

坏账准备	第一阶段	第二阶段	第三阶段	合计
	未来 12 个月预期信用损失	整个存续期预期信用损失（未发生信用减值）	整个存续期预期信用损失（已发生信用减值）	
2024 年 1 月 1 日余额	123,720.86	34,560.00	886,280.00	1,044,560.86
2024 年 1 月 1 日余额在本期				
--转入第二阶段	-44,387.86	44,387.86		-
--转入第三阶段		-32,560.00	32,560.00	-
--转回第二阶段				
--转回第一阶段				
本期计提	6,371.23	131,163.57	143,960.00	281,494.80
本期转回				

本期转销				
本期核销				
其他变动				
2024年12月31日余额	85,704.23	177,551.43	1,062,800.00	1,326,055.66

对报告期发生损失准备变动的应收账款账面余额显著变动的情况说明：

☐适用 ☒不适用

报告期坏账准备计提金额以及评估金融工具信用风险是否显著增加的依据：

☐适用 ☒不适用

(2) 应收利息

1) 应收利息分类

☒适用 ☐不适用

单位：元

项目	2024年12月31日	2023年12月31日	2022年12月31日
定期存款	-	-	-
委托贷款	-	-	-
债券投资	-	-	-
理财产品	-	0.27	1,147.33
合计	-	0.27	1,147.33

2) 重要逾期利息

☐适用 ☒不适用

(3) 应收股利

☐适用 ☒不适用

(4) 其他应收款

☒适用 ☐不适用

1) 按款项性质列示的其他应收款

单位：元

款项性质	2024年12月31日	2023年12月31日	2022年12月31日
保证金及押金	3,119,977.00	2,154,088.00	1,476,400.00
备用金	176,873.34	392,766.01	1,150,395.97
往来款	497,391.43	1,116,363.17	502,871.16
应收出口退税款项	3,138,118.61	1,270,290.77	356,773.83
合计	6,932,360.38	4,933,507.95	3,486,440.96

2) 按账龄披露的其他应收款

单位：元

账龄	2024年12月31日	2023年12月31日	2022年12月31日
1年以内	4,852,203.25	3,744,707.95	2,263,640.96
1至2年	887,757.13	172,800.00	449,200.00
2至3年	162,800.00	242,400.00	42,600.00
3至4年	241,000.00	42,600.00	300,000.00

4 年以上	788,600.00	731,000.00	431,000.00
合计	6,932,360.38	4,933,507.95	3,486,440.96

3) 报告期内实际核销的其他应收款情况

☐适用 ☒不适用

4) 按欠款方归集的期末余额前五名的其他应收款情况

☒适用 ☐不适用

单位：元

单位名称	2024 年 12 月 31 日				
	款项性质	2024 年 12 月 31 日	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例 (%)	坏账准备期末余额
国家税务总局 台山市税务局	应收出口退税 款项	3,138,118.61	1 年以内	45.27	-
百安居（上海） 商贸有限公司	应收暂付款、 押金保证金	488,761.84	1 年以内、1-2 年、4 年以上	7.05	173,027.94
斑马易购电子 商务有限公司	押金保证金	400,000.00	1 年以内	5.77	20,000.00
上海申远建筑 设计有限公司	押金保证金	200,000.00	4 年以上	2.89	200,000.00
居然智家	押金保证金	185,000.00	1 年以内、1-2 年	2.67	14,200.00
合计	-	4,411,880.45	-	63.64	407,227.94

单位：元

单位名称	2023 年 12 月 31 日				
	款项性质	2023 年 12 月 31 日	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例 (%)	坏账准备期末余额
国家税务总局 台山市税务局	应收出口退税 款项	1,270,290.77	1 年以内	25.75	-
国家税务总局 中山市税务局 港口税务分局	应收暂付款	546,952.11	1 年以内	11.09	27,347.61
百安居（上海） 商贸有限公司	应收暂付款、 押金保证金	457,265.63	1 年以内、4 年 以上	9.27	117,863.28
上海申远建筑 设计有限公司	押金保证金	200,000.00	4 年以上	4.05	200,000.00
上海红星美凯 龙住建集采商 贸有限公司	押金保证金	100,000.00	4 年以上	2.03	100,000.00
合计	-	2,574,508.51	-	52.19	445,210.89

单位：元

单位名称	2022 年 12 月 31 日				
	款项性质	2022 年 12 月 31 日	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例 (%)	坏账准备期末余额
百安居（上海）	应收暂付款、	536,286.22	1 年以内、4 年	15.38	121,814.31

商贸有限公司	押金保证金		以上		
国家税务总局 台山市税务局	应收出口退税 款项	356,773.83	1 年以内	10.23	-
上海申远建筑 设计有限公司	押金保证金	200,000.00	3-4 年	5.74	160,000.00
何顺辉	应收暂付款	120,000.00	1 年以内	3.44	6,000.00
上海红星美凯 龙住建集采商 贸有限公司	押金保证金	100,000.00	3-4 年	2.87	80,000.00
合计	-	1,313,060.05	-	37.66	367,814.31

(5) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司其他应收款账面价值分别为 261.01 万元、388.89 万元和 560.63 万元，占各期末流动资产的比例分别为 0.51%、0.79%和 0.99%，金额及占比均较小。公司其他应收款主要为支付的保证金及押金、备用金、往来款以及应收出口退税款。

5. 应付票据

☐适用 ☒不适用

6. 应付账款

☒适用 ☐不适用

(1) 应付账款列示

单位：元

项目	2024 年 12 月 31 日
应付货款	81,814,505.51
应付长期资产款	2,068,149.37
应付其他款项	505,122.09
合计	84,387,776.97

(2) 按收款方归集的期末余额前五名的应付账款情况

单位：元

单位名称	2024 年 12 月 31 日		
	应付账款	占应付账款期末余额 合计数的比例（%）	款项性质
中山市星禾玻璃有限公司	3,356,420.13	3.98	应付材料款
广东欧派克家居智能科技有限公司	3,116,288.07	3.69	应付材料款
成都格拉斯曼科技有限公司	1,920,827.19	2.28	应付材料款
佛山市金耀华玻璃新材有限公司	1,859,751.99	2.20	应付材料款
郴州盛豪装饰设计工	1,612,480.06	1.91	应付安装费

程有限公司			
合计	11,865,767.44	14.06	-

(3) 账龄超过 1 年的重要应付账款

☐适用 ☒不适用

(4) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，应付账款余额分别为 7,406.69 万元、9,192.52 万元和 8,438.78 万元，占各期末流动负债的比例分别为 25.18%、35.99%和 32.73%。应付账款主要系公司应付供应商款项、安装费、工程及设备款。截至 2024 年 12 月 31 日，应付账款余额中无应付持公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东单位款项。

7. 预收款项

☐适用 ☒不适用

8. 应付职工薪酬

☒适用 ☐不适用

(1) 应付职工薪酬列示

单位：元

项目	2023 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2024 年 12 月 31 日
1、短期薪酬	28,675,435.19	180,618,746.87	177,094,367.69	32,199,814.37
2、离职后福利-设定提存计划	1,689.04	12,179,911.54	11,917,761.46	263,839.12
3、辞退福利		461,805.03	445,262.19	16,542.84
4、一年内到期的其他福利				
合计	28,677,124.23	193,260,463.44	189,457,391.34	32,480,196.33

单位：元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2023 年 12 月 31 日
1、短期薪酬	27,333,399.28	148,356,885.31	147,014,849.40	28,675,435.19
2、离职后福利-设定提存计划	-	9,012,574.46	9,010,885.42	1,689.04
3、辞退福利	-	223,748.80	223,748.80	-
4、一年内到期的其他福利	-	-	-	-
合计	27,333,399.28	157,593,208.57	156,249,483.62	28,677,124.23

单位：元

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2022 年 12 月 31 日
1、短期薪酬	23,639,613.58	121,116,522.06	117,422,736.36	27,333,399.28
2、离职后福利-设定提存计划	-	7,386,629.95	7,386,629.95	-
3、辞退福利	-	314,048.12	314,048.12	-

4、一年内到期的其他福利	-	-	-	-
合计	23,639,613.58	128,817,200.13	125,123,414.43	27,333,399.28

(2) 短期薪酬列示

单位：元

项目	2023 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2024 年 12 月 31 日
1、工资、奖金、津贴和补贴	28,675,435.19	164,449,037.99	160,942,748.05	32,181,725.13
2、职工福利费	-	8,976,331.01	8,976,331.01	-
3、社会保险费	-	4,266,817.01	4,248,727.77	18,089.24
其中：医疗保险费	-	3,742,465.59	3,725,085.63	17,379.96
工伤保险费	-	524,351.42	523,642.14	709.28
生育保险费	-			-
4、住房公积金	-	1,659,599.00	1,659,599.00	-
5、工会经费和职工教育经费	-	1,266,961.86	1,266,961.86	-
6、短期带薪缺勤				-
7、短期利润分享计划	-	-	-	-
合计	28,675,435.19	180,618,746.87	177,094,367.69	32,199,814.37

单位：元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2023 年 12 月 31 日
1、工资、奖金、津贴和补贴	27,333,399.28	134,590,773.99	133,248,738.08	28,675,435.19
2、职工福利费	-	7,938,313.74	7,938,313.74	-
3、社会保险费	-	3,101,170.11	3,101,170.11	-
其中：医疗保险费	-	2,835,834.73	2,835,834.73	-
工伤保险费	-	265,335.38	265,335.38	-
生育保险费	-			-
4、住房公积金	-	1,422,708.00	1,422,708.00	-
5、工会经费和职工教育经费	-	1,303,919.47	1,303,919.47	-
6、短期带薪缺勤	-			-
7、短期利润分享计划	-			-
合计	27,333,399.28	148,356,885.31	147,014,849.40	28,675,435.19

单位：元

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2022 年 12 月 31 日
1、工资、奖金、津贴和补贴	23,623,046.78	112,887,624.80	109,177,272.30	27,333,399.28
2、职工福利费	16,566.80	4,123,706.70	4,140,273.50	-
3、社会保险费	-	2,547,768.61	2,547,768.61	-
其中：医疗保险费	-	2,400,668.23	2,400,668.23	-
工伤保险费	-	147,100.38	147,100.38	-
生育保险费	-	-	-	-
4、住房公积金	-	875,248.00	875,248.00	-
5、工会经费和职工教育经费	-	682,173.95	682,173.95	-
6、短期带薪缺勤	-	-	-	-

7、短期利润分享计划	-	-	-	-
合计	23,639,613.58	121,116,522.06	117,422,736.36	27,333,399.28

(3) 设定提存计划

单位：元

项目	2023 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2024 年 12 月 31 日
1、基本养老保险	1,689.04	11,709,052.02	11,447,788.80	262,952.26
2、失业保险费	-	470,859.52	469,972.66	886.86
3、企业年金缴费	-	-	-	-
合计	1,689.04	12,179,911.54	11,917,761.46	263,839.12

单位：元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2023 年 12 月 31 日
1、基本养老保险	-	8,822,511.12	8,820,822.08	1,689.04
2、失业保险费	-	190,063.34	190,063.34	-
3、企业年金缴费	-	-	-	-
合计	-	9,012,574.46	9,010,885.42	1,689.04

单位：元

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2022 年 12 月 31 日
1、基本养老保险	-	7,273,382.03	7,273,382.03	-
2、失业保险费	-	113,247.92	113,247.92	-
3、企业年金缴费	-	-	-	-
合计	-	7,386,629.95	7,386,629.95	-

(4) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司应付职工薪酬金额分别为 2,733.34 万元、2,867.71 万元和 3,248.02 万元，占各期末流动负债的比例分别为 9.29%、11.23%和 12.60%。公司应付职工薪酬主要为尚未发放的应付职工的工资、奖金等。

9. 其他应付款

√适用 □不适用

单位：元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
应付利息	-	-	-
应付股利	-	-	-
其他应付款	8,030,848.51	6,497,024.34	5,063,294.04
合计	8,030,848.51	6,497,024.34	5,063,294.04

(1) 应付利息

□适用 √不适用

(2) 应付股利

□适用 √不适用

其他说明：

☐适用 ☒不适用

(3) 其他应付款

☒适用 ☐不适用

1) 按款项性质列示其他应付款

单位：元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
押金保证金	1,915,770.00	630,000.00	270,000.00
拆借款	310,350.00	464,586.07	445,345.05
应付未付费用款	3,927,545.58	4,012,610.27	3,033,870.99
股权投资	892,600.00	892,600.00	892,600.00
业务收购款	288,554.81		
其他	696,028.12	497,228.00	421,478.00
合计	8,030,848.51	6,497,024.34	5,063,294.04

2) 其他应付款账龄情况

☒适用 ☐不适用

单位：元

账龄	2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
1 年以内	5,291,187.71	65.89	4,608,136.44	70.93	3,316,654.01	65.50
1-2 年	1,266,998.04	15.78	202,247.87	3.11	571,900.03	11.30
2-3 年	222,126.76	2.77	521,900.03	8.03	985,516.00	19.46
3 年及以上	1,250,536.00	15.57	1,164,740.00	17.93	189,224.00	3.74
合计	8,030,848.51	100.00	6,497,024.34	100.00	5,063,294.04	100.00

3) 账龄超过 1 年的重要其他应付款

☐适用 ☒不适用

4) 其他应付款金额前五名单位情况

☒适用 ☐不适用

单位：元

单位名称	2024 年 12 月 31 日				
	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占其他应付款总额的比例 (%)
丹萨尼卫浴（中山）有限公司	关联方	股权投资款	892,600.00	3 年以上	11.11
广东优赢膳食管理有限公司	非关联方	押金保证金、应付未付费用款	891,973.41	1 年以内、2-3 年	11.11
广东电网有限责任公司江门供电局	非关联方	应付未付费用款	617,000.00	1 年以内	7.68
端州区东诚建	非关联方	押金保证金	500,000.00	1 年以内	6.23

材经营部					
欧阳艳玲	非关联方	应付未付费用	353,057.30	1 年以内	4.40
合计	-	-	3,254,630.71	-	40.53

√适用 □不适用

单位名称	2023 年 12 月 31 日				
	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占其他应付款总额的比例 (%)
Tomislav Gudelić	非关联方	应付未付费用款	1,364,170.45	1 年以内	21.00
丹萨尼卫浴（中山）有限公司	关联方	股权投资款	892,600.00	3 年以上	13.74
广东优赢膳食管理有限公司	非关联方	押金保证金、应付未付费用款	755,605.00	1 年以内、1-2 年	11.63
徐思佳	关联方	资金拆借款及利息	484,315.91	1 年以内、1-2 年、2-3 年	7.45
广东电网有限责任公司江门供电局	非关联方	应付未付费用款	333,000.00	1 年以内	5.13
合计	-	-	3,829,691.36	-	58.95

√适用 □不适用

单位名称	2022 年 12 月 31 日				
	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占其他应付款总额的比例 (%)
丹萨尼卫浴（中山）有限公司	参股子公司	股权投资款	892,600.00	2-3 年	17.63
广东电网有限责任公司江门供电局	非关联方	应付未付费用款	700,000.00	1 年以内	13.82
广东优赢膳食管理有限公司	非关联方	押金保证金、应付未付费用款	613,211.04	1 年以内	12.11
徐思佳	关联方	资金拆借款及利息	445,345.05	1 年以内、1-2 年	8.80
Tomislav Gudelić	非关联方	应付未付费用款	368,197.35	1 年以内	7.27
合计	-	-	3,019,353.44	-	59.63

(4) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，其他应付款余额分别为 506.33 万元、649.70 万元、803.08 万元，占各期末流动负债的比例分别为 1.72%、2.54%和 3.11%。公司其他应付款主要系应支付的股权投资款以及押金保证金、资金拆借款、预提的应付未付款等款。

10. 合同负债

□适用 √不适用

11. 长期应付款

☐适用 ☒不适用

12. 递延收益

☒适用 ☐不适用

单位：元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
政府补助	1,094,999.96	1,241,000.00	1,387,000.00
合计	1,094,999.96	1,241,000.00	1,387,000.00

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司递延收益金额分别为 138.70 万元、124.10 万元和 109.50 万元，占各期末非流动负债的比例分别为 3.71%、3.70%和 3.86%。公司的递延收益系公司收到的与资产相关的政府补助。

13. 递延所得税资产/递延所得税负债

☒适用 ☐不适用

(1) 未经抵销的递延所得税资产

☒适用 ☐不适用

单位：元

项目	2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	54,739,458.00	8,356,274.60	39,625,234.37	5,943,785.15
租赁负债	30,031,105.86	4,522,408.06	33,072,279.93	4,960,841.99
预计负债	3,174,983.28	476,480.10	3,264,499.60	489,674.94
内部交易未实现利润	9,012,915.31	1,382,952.67	2,362,721.64	354,408.25
递延收益	1,094,999.96	164,249.99	1,241,000.00	186,150.00
可抵扣亏损	4,017,667.89	1,004,416.97		
合计	102,071,130.30	15,906,782.39	79,565,735.54	11,934,860.33

项目	2022 年 12 月 31 日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	32,116,199.96	4,817,430.00
租赁负债	34,652,915.93	5,197,937.39
预计负债	3,170,872.03	475,630.80
内部交易未实现利润	3,431,140.93	514,671.14
递延收益	1,387,000.00	208,050.00
合计	74,758,128.85	11,213,719.33

(2) 未经抵销的递延所得税负债

☒适用 ☐不适用

单位：元

项目	2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日	
	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债
使用权资产	27,592,480.78	4,173,836.92	30,806,067.14	4,620,910.08
公允价值变动损益	1,404,274.55	210,641.18	43,782.83	6,567.42
合计	28,996,755.33	4,384,478.10	30,849,849.97	4,627,477.50

项目	2022 年 12 月 31 日	
	应纳税暂时性差异	递延所得税负债
使用权资产	34,823,221.23	5,223,483.19
公允价值变动损益	419,854.42	62,978.16
合计	35,243,075.65	5,286,461.35

(3) 报告期各期末以抵销后净额列示的递延所得税资产或负债

√适用 □不适用

单位：元

项目	2024 年 12 月 31 日	
	递延所得税资产和负债互抵金额	抵销后递延所得税资产或负债余额
递延所得税资产	4,384,478.10	11,522,304.29
递延所得税负债	4,384,478.10	-

单位：元

项目	2023 年 12 月 31 日	
	递延所得税资产和负债互抵金额	抵销后递延所得税资产或负债余额
递延所得税资产	4,627,477.50	7,307,382.83
递延所得税负债	4,627,477.50	-

单位：元

项目	2022 年 12 月 31 日	
	递延所得税资产和负债互抵金额	抵销后递延所得税资产或负债余额
递延所得税资产	5,286,461.35	5,927,257.98
递延所得税负债	5,286,461.35	-

(4) 未确认递延所得税资产明细

√适用 □不适用

单位：元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
可抵扣暂时性差异	39,370.00	35,860.23	-
可抵扣亏损	85,195.36	32,349.40	9,621.24
商誉减值准备	326,847.60		
合计	451,412.96	68,209.63	9,621.24

(5) 未确认递延所得税资产的可抵扣亏损将于以下年度到期

√适用 □不适用

单位：元

年份	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日	备注
2026 年	5,885.99	9,621.24	9,621.24	

2028 年	22,728.16	22,728.16		
2029 年	56,581.21			
合计	85,195.36	32,349.40	9,621.24	-

(6) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司递延所得税资产金额分别为 592.73 万元、730.74 万元和 1,152.23 万元，占各期末非流动资产的比例分别为 2.68%、3.13%和 4.93%，主要为公司因计提资产减值准备、租赁税费差异、预计负债、内部交易未实现利润、递延收益以及可抵扣亏损等情形产生可抵扣暂时性差异形成的。

14. 其他流动资产

√适用 □不适用

单位：元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
增值税待抵税额	425,564.35	14,661.59	1,190,307.49
预缴企业所得税	46.63	1,248.35	-
待摊费用	655,230.82		
合计	1,080,841.80	15,909.94	1,190,307.49

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司其他流动资产金额分别为 119.03 万元、1.59 万元和 108.08 万元，占各期末流动资产的比例分别为 0.23%、0.00%和 0.19%，金额及占比均较小。报告期内，公司其他流动资产主要由增值税待抵扣进项税额、预缴企业所得税以及待摊费用构成。

15. 其他非流动资产

√适用 □不适用

单位：元

项目	2024 年 12 月 31 日			2023 年 12 月 31 日		
	账面余额	减值准备	账面价值	账面余额	减值准备	账面价值
长期资产款	7,027,756.54		7,027,756.54	7,586,151.10		7,586,151.10
合同资产	2,326,502.65	187,999.64	2,138,503.01	3,438,997.20	269,526.24	3,169,470.96
车位	785,000.00	27,000.00	758,000.00			
合计	10,139,259.19	214,999.64	9,924,259.55	11,025,148.30	269,526.24	10,755,622.06

项目	2022 年 12 月 31 日		
	账面余额	减值准备	账面价值
长期资产款	1,979,023.57	-	1,979,023.57
合同资产	4,919,193.48	541,861.43	4,377,332.05
车位	-	-	-
合计	6,898,217.05	541,861.43	6,356,355.62

科目具体情况及分析说明:

报告期各期末，公司其他非流动资产金额分别为 635.64 万元、1,075.56 万元和 992.43 万元，占各期末非流动资产的比例分别为 2.88%、4.61%和 4.24%。报告期各期末，公司其他非流动资产主要为公司预付的长期资产款、车位以及质保期到期日在一年以上的质保金。

16. 其他披露事项

(1) 使用权资产

报告期各期末，公司使用权资产账面价值情况如下：

单位：元

项目	2024/12/31	2023/12/31	2022/12/31
房屋及建筑物	27,592,480.78	30,806,067.14	34,823,221.23

报告期各期末，公司使用权资产账面价值分别为 3,482.32 万元、3,080.61 万元和 2,759.25 万元，占各期末非流动资产的比例分别为 15.75%、13.19%和 11.80%。公司使用权资产系执行新租赁准则将其租赁的部分厂房、办公场地、员工宿舍纳入使用权资产科目进行核算。

(2) 长期待摊费用

报告期各期末，公司长期待摊费用账面价值情况如下：

单位：元

项目	2023 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少		2024 年 12 月 31 日
			摊销	其他减少	
装修费	7,469,466.20	3,148,473.83	3,283,928.34		7,334,011.69
其他	377,367.46		224,986.99		152,380.47
合计	7,846,833.66	3,148,473.83	3,508,915.33	-	7,486,392.16

单位：元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少		2023 年 12 月 31 日
			摊销	其他减少	
装修费	1,746,537.40	6,851,056.22	1,128,127.42		7,469,466.20
其他	564,296.50	29,557.52	216,486.56		377,367.46
合计	2,310,833.90	6,880,613.74	1,344,613.98	-	7,846,833.66

单位：元

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少		2022 年 12 月 31 日
			摊销	其他减少	
装修费	1,844,571.06	911,921.88	1,009,955.54		1,746,537.40
其他		645,403.65	81,107.15		564,296.50
合计	1,844,571.06	1,557,325.53	1,091,062.69	-	2,310,833.90

报告期各期末，公司长期待摊费用账面价值分别为 231.08 万元、784.68 万元和 748.64 万元，

占各期末非流动资产的比例分别为 1.05%、3.36%和 3.20%。报告期内，公司长期待摊费主要为厂房的装修费用。

(3) 应交税费

报告期各期末，公司应交税费情况如下：

单位：元

项目	2024/12/31	2023/12/31	2022/12/31
增值税	14,573,859.61	24,156,076.29	17,918,617.32
企业所得税	4,351,467.06	8,187,304.07	14,479,999.88
个人所得税	297,114.12	1,812,933.37	1,755,398.75
城市维护建设税	361,634.49	852,817.40	734,386.79
教育费附加	216,980.69	532,315.01	435,630.75
地方教育附加	144,653.80	354,876.67	295,706.06
印花税	131,695.64	89,171.08	51,255.81
环境保护税	1,873.49	820.08	1,893.27
房产税	605.52		
合计	20,079,884.42	35,986,313.97	35,672,888.63

报告期各期末，公司应交税费金额分别为 3,567.29 万元、3,598.63 万元和 2,007.99 万元，占各期末流动负债的比例分别为 12.13%、14.09%和 7.79%。公司应交税费主要为应交增值税及其附加税、企业所得税、代扣代缴个人所得税等税费。

(4) 租赁负债

报告期各期末，公司租赁负债情况如下：

单位：元

项目	2024/12/31	2023/12/31	2022/12/31
尚未支付的租赁付款额	28,781,594.76	33,750,128.84	39,033,996.56
减：未确认融资费用	3,427,810.05	4,719,655.63	6,213,436.78
租赁负债余额	25,353,784.71	29,030,473.21	32,820,559.78

报告期各期末，公司租赁负债金额分别为 3,282.06 万元、2,903.05 万元和 2,535.38 万元，占各期末非流动负债的比例分别为 87.81%、86.57%和 89.48%。公司租赁负债系公司未来厂房及办公场地租金折现后的金额。

(5) 预计负债

报告期各期末，公司预计负债情况如下：

单位：元

项目	2024/12/31	2023/12/31	2022/12/31
产品质量保证金	1,884,263.75	3,264,499.60	3,170,872.03
合计	1,884,263.75	3,264,499.60	3,170,872.03

报告期各期末，公司预计负债金额分别为 317.09 万元、326.45 万元和 188.43 万元，占各期末

非流动负债的比例分别为 8.48%、9.73%和 6.65%。公司预计负债主要系计提的预计售后服务费用。

（6）一年内到期的非流动负债

报告期各期末，公司一年内到期的非流动负债情况如下：

项目	2024/12/31	2023/12/31	2022/12/31
一年内到期的租赁负债	4,677,321.15	4,041,806.72	1,832,356.15
产品质量保证金	438,147.65		
合计	5,115,468.80	4,041,806.72	1,832,356.15

报告期各期末，公司一年内到期的非流动负债金额分别为 183.24 万元、404.18 万元和 511.55 万元，占各期末流动负债的比例分别为 0.62%、1.58%和 1.98%。公司一年内到期的非流动负债主要系一年内到期的租赁负债、产品质量保证金。

三、盈利情况分析

（一）营业收入分析

1. 营业收入构成情况

单位：元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
主营业务收入	790,338,234.79	96.01	746,162,484.95	96.17	736,214,662.89	97.84
其他业务收入	32,839,749.43	3.99	29,723,465.70	3.83	16,230,236.56	2.16
合计	823,177,984.22	100.00	775,885,950.65	100.00	752,444,899.45	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司主营业务收入分别为 73,621.47 万元、74,616.25 万元和 79,033.82 万元，占同期营业收入的比例分别为 97.84%、96.17%和 96.01%，主营业务收入占比均在 96%以上，公司主营业务突出。公司其他业务收入主要为玻璃废料、废铝等废料销售收入，占比相对较低；报告期内，其他业务收入金额和占比均有所提升，主要原因是公司铝材生产线、玻璃生产线的产能逐步释放，废料随之增加。

2. 主营业务收入按产品或服务分类

单位：元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
卫浴产品	660,645,824.81	83.59	634,956,081.28	85.10	658,612,486.87	89.46
全景门	104,264,284.49	13.20	91,738,776.01	12.29	45,401,867.84	6.17

五金及配件	25,428,125.49	3.22	19,467,627.65	2.61	32,200,308.18	4.37
合计	790,338,234.79	100.00	746,162,484.95	100.00	736,214,662.89	100.00

科目具体情况及分析说明:

公司主营业务产品主要包括卫浴产品、全景门和五金及配件，其中卫浴产品是公司最重要的收入来源。报告期内，公司主营业务收入按产品类别变动情况分析如下：

报告期内，公司主营业务收入按产品类别变动情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度			2023 年度			2022 年度	
	金额	比例 (%)	变动率	金额	比例 (%)	变动率	金额	比例 (%)
卫浴产品	66,064.58	83.59	4.05%	63,495.61	85.10	-3.59%	65,861.25	89.46
全景门	10,426.43	13.19	13.65%	9,173.88	12.29	102.06%	4,540.19	6.17
五金及配件	2,542.81	3.22	30.62%	1,946.76	2.61	-39.54%	3,220.03	4.37
合计	79,033.82	100.00	5.92%	74,616.25	100.00	1.35%	73,621.47	100.00

1) 卫浴产品

报告期内，公司卫浴产品销售收入分别为 65,861.25 万元、63,495.61 万元和 66,064.58 万元，占主营业务收入的比重分别为 89.46%、85.10%和 83.59%。公司卫浴产品收入在报告期内较为稳定。

报告期内，公司卫浴产品主要包括淋浴房、浴室柜及其他卫浴产品，具体情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度			2023 年度			2022 年度	
	金额	占主营业务收入的比例 (%)	变动率	金额	占主营业务收入的比例 (%)	变动率	金额	占主营业务收入的比例 (%)
淋浴房	59,422.67	75.19	3.83%	57,232.17	76.70	-7.78%	62,059.36	84.30
浴室柜	3,886.76	4.92	14.23%	3,402.56	4.56	67.13%	2,035.84	2.77
其他卫浴产品	2,755.15	3.49	-3.70%	2,860.87	3.83	61.99%	1,766.05	2.40
合计	66,064.58	83.59	4.05%	63,495.61	85.10	-3.59%	65,861.25	89.46

①淋浴房

报告期内，公司淋浴房收入分别为 62,059.36 万元、57,232.17 万元和 59,422.67 万元，整体呈波动趋势；淋浴房收入占主营业务收入的比例分别为 84.30%、76.70%和 75.19%，是公司的传统业务及核心构成。

2023 年，公司淋浴房收入同比下降 7.78%，主要原因是：受地缘政治、市场竞争等因素的影响，出口业务的淋浴房销售单价有所下降，使得出口业务的淋浴房收入下降；同时，公司未中标部分客户 2023 年度集采协议，大宗业务的淋浴房销售收入有所下降。

2024 年，公司淋浴房收入同比上升 3.83%。公司凭借产品质量、供应及时性等优势，大宗业务获取的合同数量及金额均有所增加，2024 年竣工验收项目数量增加，大宗业务的淋浴房收入同比增长了 19.80%；公司积极参加国内外展会并开拓出口业务客户，2024 年出口业务的淋浴房收入同比增长了 11.62%，因此，得益于公司各渠道收入结构的均衡性，在零售业务的淋浴房收入同比下降 16.23%的情况下，公司淋浴房收入仍同比实现增长。

②浴室柜

尽管报告期内浴室柜实现的销售收入金额较小，但浴室柜是公司“一卫一定制”的关键产品之一，有利于公司进一步完善公司多元化的产品矩阵。报告期内，公司浴室柜收入分别为 2,035.84 万元、3,402.56 万元和 3,886.76 万元，占主营业务收入的比例分别为 2.77%、4.56%和 4.92%，呈现稳定增长趋势，主要系因为公司加大浴室柜的营销推广力度并持续推出新产品。

③其他卫浴产品

报告期内，公司其他卫浴产品收入分别为 1,766.05 万元、2,860.87 万元和 2,755.15 万元，占主营业务收入的比例分别为 2.40%、3.83%和 3.49%，金额较小且较低，主要为马桶、花洒、挂件、浴缸等产品，为公司“一卫一定制”的产品矩阵的组成部分。其他卫浴产品的收入随客户需求变化而波动。

2) 全景门

全景门作为公司重点打造的第二增长曲线，报告期内，公司全景门收入分别为 4,540.19 万元、9,173.88 万元和 10,426.43 万元，占主营业务收入的比例分别为 6.17%、12.29%和 13.19%，全景门产品的收入和占比均呈增长趋势。公司全景门产品成熟、类别丰富，房地产公司等大宗业务客户在越来越多的精装房项目的厨房、客厅等区域使用全景门。大宗业务的全景门收入从 2022 年的 655.75 万元增长到 2023 年的 4,526.73 万元，同比增长了 590.32%。2024 年全景门收入持续增长，其中，大宗业务的全景门收入同比增长了 34.07%。

3) 五金及配件

报告期内，公司五金及配件收入分别为 3,220.03 万元、1,946.76 万元和 2,542.81 万元，占主营业务收入的比例分别为 4.37%、2.61%和 3.22%，金额较小且较低，主要为拉手、胶条等与卫浴产品、全景门相关的产品，五金及配件收入随客户需求变化而波动。

3. 主营业务收入按销售区域分类

单位：元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)

境内地区	530,485,693.74	67.12	520,910,969.14	69.81	476,346,491.01	64.70
华东	254,752,566.19	32.23	269,265,880.46	36.09	210,382,274.23	28.58
华南	118,653,264.84	15.01	100,134,459.75	13.42	139,618,662.46	18.96
西南	49,990,029.34	6.33	41,958,233.70	5.62	34,601,188.04	4.70
华中	44,260,344.25	5.60	49,064,551.24	6.58	34,506,637.12	4.69
华北	37,359,949.12	4.73	34,437,251.30	4.62	30,971,906.55	4.21
西北	17,841,043.92	2.26	14,583,922.75	1.95	10,493,378.10	1.43
东北	7,628,496.08	0.97	11,466,669.93	1.54	15,772,444.50	2.14
境外地区	259,852,541.05	32.88	225,251,515.81	30.19	259,868,171.88	35.30
爱尔兰	59,896,463.42	7.58	53,268,659.75	7.14	48,936,896.65	6.65
英国	59,621,812.76	7.54	46,307,438.77	6.21	62,938,131.79	8.55
美国	41,249,807.35	5.22	49,436,555.74	6.63	73,900,284.32	10.04
加拿大	29,724,496.35	3.76	24,543,942.70	3.29	25,132,061.62	3.41
克罗地亚	24,410,607.28	3.09	17,043,077.48	2.28	18,428,770.35	2.50
其他国家或地区	44,949,353.89	5.69	34,651,841.37	4.64	30,532,027.15	4.15
合计	790,338,234.79	100.00	746,162,484.95	100.00	736,214,662.89	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司境内地区主营业务收入分别为 47,634.65 万元、52,091.10 万元和 53,048.57 万元，占主营业务收入的比重分别为 64.70%、69.81%和 67.12%，是公司主营业务收入的主要来源。报告期内，公司境内收入呈持续增长趋势，主要得益于全景门扩展了大宗业务渠道并实现快速增长；同时，公司加大了浴室柜产品的推广力度，浴室柜销售收入大幅提升；境内销售收入因产品多元化发展而有所提升。从境内区域来看，目前公司已完成淋浴房、全景门等产品的全国性布局，未来将进一步加大市场拓展的广度和深度。公司产品的销售区域集中在华东、华南区域，随着公司持续拓展华东区域的市场，公司华东区域销售收入和占比维持在较高水平；华南区域为公司总部所在区域，客户基础良好，主营业务收入占比较高，报告期内，来自上述地区的收入合计占主营业务收入的比重分别为 47.54%、49.51%和 47.24%。

报告期内，公司出口业务收入分别为 25,986.82 万元、22,525.15 万元和 25,985.25 万元，占主营业务收入的比重分别为 35.30%、30.19%和 32.88%。2023 年，公司出口业务收入同比下降 13.32%，主要是受地缘政治和欧美市场需求变动的影响，美国客户的销售收入同比下降了 33.10%；英国客户的销售收入同比下降了 26.42%。2024 年，随着公司积极参加国内外展会、推出新产品，公司出口业务收入同比增长了 15.36%。

4. 主营业务收入按销售模式分类

√适用 □不适用

单位：元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
零售业务	276,247,550.90	34.95	315,096,610.27	42.23	276,847,445.40	37.60

大宗业务	254,238,142.84	32.17	205,814,358.87	27.58	199,499,045.61	27.10
出口业务	259,852,541.05	32.88	225,251,515.81	30.19	259,868,171.88	35.30
合计	790,338,234.79	100.00	746,162,484.95	100.00	736,214,662.89	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司零售业务、大宗业务和出口业务的收入占比较为均衡，抗风险能力较强。

2023 年，随着公司持续拓展产品类别，推广浴室柜、智能马桶、花洒、毛巾架等与“一卫一定制”相关的品类，零售业务收入同比上升了 13.82%。公司主要与资产状况、信用状况良好的房地产企业合作，稳健地推动大宗业务的发展，重视客户风险管理，公司大宗业务收入稳健上升。受地缘政治和欧美市场需求变动的影响，出口业务收入和占比均同比下降。

2024 年，受国内经济环境影响，公司零售业务收入同比下降了 12.33%。公司始终保持高标准的产品品质、稳定的产品供应以及良好的品牌声誉，与各大地产企业建立良好的战略合作关系，订单稳定增长，大宗业务收入同比增长了 23.53%。公司积极参加国内外展会，拓展新客户；同时，公司不断向境外品牌客户推广新品类，出口业务收入同比增长了 15.36%。

5. 主营业务收入按季度分类

√适用 □不适用

单位：元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
第一季度	145,327,535.47	18.39	162,657,293.89	21.80	163,032,335.63	22.14
第二季度	190,576,099.37	24.11	180,660,020.71	24.21	183,007,829.83	24.86
第三季度	179,370,222.05	22.70	177,793,970.02	23.83	176,588,238.27	23.99
第四季度	275,064,377.90	34.80	225,051,200.33	30.16	213,586,259.16	29.01
合计	790,338,234.79	100.00	746,162,484.95	100.00	736,214,662.89	100.00

科目具体情况及分析说明：

受我国节假日及风俗习惯等因素影响，国内家居行业具有一定的季节性特征，主要表现为第一季度为建筑工程及装修行业的传统淡季。此外，新建楼盘竣工和交房时间一般集中在第三、四季度，房地产企业通常集中在第三、四季度进行大批量项目验收，家居行业企业相应的营业收入在下半年通常较大。报告期内，公司第四季度的主营业务收入占比分别为 29.01%、30.16%和 34.80%，占比较高，且呈增长趋势，主要原因为：（1）报告期内公司大宗业务的规模和收入占比不断提高，受工程项目行业验收通常集中在下半年影响，公司第四季度收入占比相应提升；（2）第一季度受春节假期影响公司产品销量较低，第四季度在国庆“黄金周”等节假日期间消费者装修意愿较高，导致第四季度收入占比较高。

6. 前五名客户情况

单位：元

2024 年度				
序号	客户	销售金额	年度销售额占比 (%)	是否存在关联关系
1	ABG	55,395,664.76	6.73	否
2	招商蛇口	45,818,076.05	5.57	否
3	中海地产	41,945,410.93	5.10	否
4	KOHLER	31,806,532.51	3.86	否
5	MERLYN	28,504,827.04	3.46	否
合计		203,470,511.29	24.72	-
2023 年度				
序号	客户	销售金额	年度销售额占比 (%)	是否存在关联关系
1	ABG	63,871,523.38	8.23	否
2	中海地产	61,273,331.29	7.90	否
3	KOHLER	29,902,289.85	3.85	否
4	招商蛇口	26,684,876.68	3.44	否
5	上海顺初建材有限公司	24,672,692.81	3.18	否
合计		206,404,714.02	26.60	-
2022 年度				
序号	客户	销售金额	年度销售额占比 (%)	是否存在关联关系
1	保利发展	81,391,864.35	10.82	否
2	ABG	73,099,514.22	9.71	否
3	KOHLER	57,457,602.74	7.64	否
4	MERLYN	28,625,216.74	3.80	否
5	BATHROOM	18,499,890.97	2.46	否
合计		259,074,089.03	34.43	-

注：①保利发展包括保利（揭阳）实业投资有限公司、保利（梅州）房地产开发有限公司、保利（汕头）房地产投资有限公司等其旗下控制的公司；②招商蛇口包括常熟市琴安房地产开发有限公司、南通招通置业有限公司、成都招商新悦房地产开发有限公司等其旗下控制的公司；③中海地产包括北京中海鑫海房地产开发有限公司、佛山市顺德嘉润房地产开发有限公司、大连中海鼎业房地产开发有限公司、佛山市顺德嘉润房地产开发有限公司等其旗下控制的公司；④ABG 集团包括 International Marble Industries、MAAX US CORP 和 MAAX BATH INC；⑤KOHLER 包括 KOHLER AMERICA Ltd、KOHLER FRANCE .（CDC）、KOHLER INDIA Ltd、KOHLER MIRA Ltd、KOHLER NEWZEALAND Ltd、KOHLER RUSSIA Ltd、中山科勒卫浴有限公司和科勒（中国）投资有限公司。

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司源自前五大客户的收入合计占比为 34.43%、26.60%和 24.72%，不存在单一客户销售额超过销售总额 50%的情形，不存在公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、主要关联方和持股 5%以上的股东在上述客户中占有权益的情况。

7. 其他披露事项

(1) 第三方回款

报告期内，公司存在第三方回款情形，具体情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
①集团公司财务中心统一支付货款	140.57	612.11	1,207.96
②贷款机构、保理、供应链等金融机构付款	9,069.80	5,701.59	5,618.66
③客户的法定代表人、股东、实际控制人或个体工商户的经营者付款	4,874.90	6,170.10	7,021.55
④政府监管账户打款	444.92	246.13	106.67
⑤客户的员工、朋友、业务伙伴或指定第三方付款	735.12	1,991.94	3,896.83
合计	15,265.31	14,721.87	17,851.67
营业收入	82,317.80	77,588.60	75,244.49
第三方回款占比	18.54%	18.97%	23.72%
剔除①-④项后的第三方回款占比	0.89%	2.57%	5.18%

公司零售业务模式下，下游经销商客户经营规模一般相对较小，或存在多个交易主体，基于收款操作方便和资金周转等方面考虑，存在法定代表人、股东、经营者、实际控制人或个体工商户的经营者直接回款的情况；也存在通过业务伙伴或指定第三方等直接向公司回款的情形。

公司大宗业务模式下，客户规模一般较大，通过集团统一付款或通过保理机构、贷款机构、供应链付款具有合理性；自 2021 年来，国家加强了对房地产行业的监管力度，部分房地产行业客户通过政府监管账户回款。

综上，报告期内公司存在第三方回款情形，符合行业经营特点，具有一定的必要性及商业合理性。

报告期各期，公司第三方回款金额占营业收入的比例分别为 23.72%、18.97%和 18.54%，呈下降趋势。剔除集团公司财务中心统一支付货款、贷款机构、保理、供应链等金融机构付款、个体工商户的经营者回款、客户的法定代表人、股东、实际控制人付款、政府监管账户打款等情形后，其他第三方回款金额占营业收入的比例分别为 5.18%、2.57%和 0.89%。公司已建立健全客户销售及收款的内控制度体系，并持续完善业务控制措施和流程管理，以保证回款与销售的一致性并控制第三方回款风险。

公司报告期内存在的第三方回款符合公司实际业务情况。报告期内，公司不存在因第三方回款导致的货款归属纠纷；公司及其实际控制人、董监高或其他关联方与第三方回款的支付方不存在关联关系或其他利益安排；第三方回款的资金流、实物流与合同约定及商业实质一致，相关收入真实。

8. 营业收入总体分析

报告期内，公司营业收入总体保持增长态势。

报告期内，公司主营业务收入分别为 73,621.47 万元、74,616.25 万元和 79,033.82 万元，呈稳步上升趋势，主要得益于公司坚持“零售+大宗+出口”齐头并进的可持续发展战略，渠道和产品多元发展，收入结构均衡，强化抗风险能力；持续加大研发力度，以技术创新完善产品结构，满足消费者日益提升的多元化、个性化、定制化的消费需求，实现“一卫一定制”，量身打造消费者偏爱的全卫空间；经过多年的产品研发、市场培育、品牌运营，公司在国内市场拥有良好的品牌美誉度，公司品牌已在广大消费者中建立知名度和影响力，形成了显著的品牌竞争优势。

报告期内，公司其他业务收入分别为 1,623.02 万元、2,972.35 万元和 3,283.97 万元，主要为玻璃废料、废铝等废料销售收入。报告期内，报告期内，其他业务收入金额和占比均有所提升，主要原因是公司铝材生产线、玻璃生产线的产能逐步释放，废料随之增加。

（二） 营业成本分析

1. 成本归集、分配、结转方法

（1）成本归集与分配

直接材料系生产过程中直接用于产品生产的外采原材料及其他物料，包括玻璃、铝材、五金、胶条等，按照 BOM 清单实际领用材料进行归集材料成本；直接人工系生产相关人员的职工薪酬，按照生产人员实际发生的薪酬进行归集并根据各规格型号产品的标准生产工时进行分配；制造费用系为生产产品而发生的各项间接生产费用，具体内容包括折旧费、水电费、辅料消耗以及其他制造费用等，按照实际产生费用进行归集并根据各规格型号产品的标准生产工时进行分配；2020 年 1 月 1 日起，公司执行财政部于 2017 年颁布的《企业会计准则第 14 号——收入（修订）》，将销售产品所产生的运输费用作为履约成本在营业成本中核算；安装费用主要为大宗业务模式下所发生的淋浴房、全景门等产品安装服务相关支出；售后服务费主要是公司为产品提供的售后服务所产生的费用支出。

（2）成本结转

公司产品成本结转方法是以产品为成本核算对象，将生产经营过程中实际消耗的直接材料、直接人工和制造费用等计入产品成本，采用月末一次加权平均法将完工入库产品的产品成本结转至库存商品科目；产品符合收入确认条件时，将库存商品、运输费用、安装费用、售后服务费等结转至营业成本。

2. 营业成本构成情况

单位：元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
主营业务成本	537,974,344.33	94.65	493,006,281.25	94.75	495,294,537.42	97.11
其他业务成本	30,380,058.44	5.35	27,300,160.42	5.25	14,722,856.49	2.89
合计	568,354,402.77	100.00	520,306,441.67	100.00	510,017,393.91	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司主营业务成本分别为 49,529.45 万元、49,300.63 万元和 53,797.43 万元，占同期营业成本的比例分别为 97.11%、94.75%和 94.65%，占比情况及变动趋势与主营业务收入基本保持一致。

3. 主营业务成本构成情况

√适用 □不适用

单位：元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
直接材料	343,947,957.21	63.93	312,706,205.47	63.43	324,507,892.93	65.52
直接人工	78,355,913.18	14.56	68,441,997.88	13.88	58,437,108.73	11.80
制造费用	79,774,773.19	14.83	78,665,534.66	15.96	77,244,765.26	15.60
运输费用	11,229,257.27	2.09	9,609,253.55	1.95	10,090,865.44	2.04
安装费用	21,052,407.43	3.91	20,330,599.95	4.12	21,934,313.31	4.43
售后服务费用	3,614,036.05	0.67	3,252,689.74	0.66	3,079,591.75	0.62
合计	537,974,344.33	100.00	493,006,281.25	100.00	495,294,537.42	100.00

科目具体情况及分析说明：

公司主营业务成本主要由直接材料、直接人工、制造费用、运输费用、安装费用和售后服务费用构成。其中，直接材料、直接人工和制造费用是主营业务成本最主要的组成部分，报告期内，公司主营业务成本结构较为稳定。

直接材料为主营业务成本最主要的构成部分，占比在 60%以上，直接材料采购结构和价格变动对公司生产成本和主营业务成本将产生较大影响。

报告期内，人工成本占主营业务成本的比例分别为 11.80%、13.88%和 14.56%，公司人工成本逐年增加的主要原因有：公司逐步将外购组件转为自制，玻璃、五金、铝材等产能增加，生产员工数量增加；为保证订单交付的及时性，公司增加了较多生产员工。

报告期内，制造费用占主营业务成本的比例分别为 15.60%、15.96%和 14.83%，占比呈波动下降趋势。

公司执行《企业会计准则第 14 号——收入（修订）》，将销售产品所产生的运费作为履约成本在营业成本中核算，报告期内，公司运输费用分别为 1,009.09 万元、960.93 万元和 1,122.93 万元，与主营业务收入变动保持一致。

公司安装费用主要为大宗业务模式下所发生的淋浴房、全景门等产品安装服务相关支出。报告期内，公司安装费用金额分别为 2,193.43 万元、2,033.06 万元和 2,105.24 万元，占主营业务成本的比例分别为 4.43%、4.12%和 3.91%，较为稳定。

公司自 2024 年 1 月 1 日起执行财政部颁布的《企业会计准则解释第 18 号》“关于不属于单项履约义务的保证类质量保证的会计处理”规定，并进行追溯调整。报告期内，售后服务费用占主营业务成本的比例分别为 0.62%、0.66%和 0.67%，整体随主营业务收入呈增长趋势。

4. 主营业务成本按产品或服务分类

单位：元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
卫浴产品	450,938,463.05	83.82	420,081,031.96	85.21	444,429,546.20	89.73
其中：淋浴房	385,666,987.44	71.69	364,403,660.59	73.91	409,048,539.60	82.59
浴室柜	41,456,116.83	7.71	30,628,895.16	6.21	19,219,567.77	3.88
其他卫浴产品	23,815,358.78	4.43	25,048,476.21	5.08	16,161,438.83	3.26
全景门	69,609,965.15	12.94	61,381,847.89	12.45	30,211,675.53	6.10
五金及配件	17,425,916.13	3.24	11,543,401.40	2.34	20,653,315.69	4.17
合计	537,974,344.33	100.00	493,006,281.25	100.00	495,294,537.42	100.00

科目具体情况及分析说明：

公司按产品分类的主营业务成本主要源于卫浴产品和全景门。报告期内，卫浴产品的成本分别为 44,442.95 万元、42,008.10 万元和 45,093.85 万元，占主营业务成本的比例分别为 89.73%、85.21%和 83.82%，其中，淋浴房作为公司核心产品，占主营业务成本的比例分别为 82.59%、73.91%和 71.69%；全景门的成本占主营业务成本的比例分别为 6.10%、12.45%和 12.94%。各类业务的成本与收入构成相匹配。

5. 前五名供应商情况

单位：元

2024 年度				
序号	供应商	采购金额	年度采购额占比 (%)	是否存在关联关系
1	佛山市华之鹏供应链管理股份有限公司	58,167,846.90	11.99	否
2	云南创新合金有限公司	26,488,554.50	5.46	否

3	佛山金信玻璃有限公司	17,168,857.08	3.54	否
4	中山市旭辉玻璃制品有限公司	15,750,340.25	3.25	否
5	信义集团	13,869,830.00	2.86	否
合计		131,445,428.73	27.10	-
2023 年度				
序号	供应商	采购金额	年度采购额占比 (%)	是否存在关联关系
1	佛山市华之鹏供应链管理股份有限公司	49,356,575.19	11.56	否
2	云南创新合金有限公司	23,597,412.17	5.53	否
3	信义集团	22,093,670.75	5.18	否
4	中山市旭辉玻璃制品有限公司	13,521,625.46	3.17	否
5	安吉通益电工金属有限公司	12,762,859.14	2.99	否
合计		121,332,142.71	28.42	-
2022 年度				
序号	供应商	采购金额	年度采购额占比 (%)	是否存在关联关系
1	佛山市华之鹏供应链管理股份有限公司	56,451,076.30	14.43	否
2	信义集团	23,965,446.59	6.13	否
3	安吉通益电工金属有限公司	13,783,994.01	3.52	否
4	中山市旭辉玻璃制品有限公司	11,979,180.48	3.06	否
5	佛山市金耀华玻璃新材有限公司	11,769,455.92	3.01	否
合计		117,949,153.30	30.16	-

科目具体情况及分析说明:

报告期内，公司向前五大供应商采购的金额合计占比为 30.16%、28.42%和 27.10%，不存在向单一供应商采购金额超过采购总额 50%的情形，不存在公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、主要关联方和持股 5%以上的股东在上述供应商中占有权益的情况。

6. 其他披露事项

无。

7. 营业成本总体分析

报告期内，公司的营业成本为 51,001.74 万元、52,030.64 万元和 56,835.44 万元，报告期内呈逐年增长态势，与公司营业收入变动趋势保持一致。公司营业成本主要为主营业务成本，占比分别为 97.11%、94.75%和 94.65%，占比较高，呈下降趋势，主要原因是：随着公司铝材生产线、玻璃生产线的产能逐步释放，废料随之增加，废料等其他业务成本金额和占比有所提升。

（三） 毛利率分析

1. 毛利按产品或服务分类构成情况

单位：元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
主营业务毛利	252,363,890.46	99.03	253,156,203.70	99.05	240,920,125.47	99.38
其中：卫浴产品	209,707,361.76	82.30	214,875,049.3	84.07	214,182,940.67	88.35
全景门	34,654,319.34	13.60	30,356,928.12	11.88	15,190,192.31	6.27
五金及配件	8,002,209.36	3.14	7,924,226.25	3.10	11,546,992.49	4.76
其他业务毛利	2,459,690.99	0.97	2,423,305.28	0.95	1,507,380.07	0.62
合计	254,823,581.45	100.00	255,579,508.98	100.00	242,427,505.54	100.00

科目具体情况及分析说明：

公司毛利主要来源于主营业务，报告期内，公司主营业务毛利分别为 24,092.01 万元、25,315.62 万元和 25,236.39 万元，占营业毛利的比例分别为 99.38%、99.05%和 99.03%，其中卫浴产品贡献的毛利占比分别为 88.35%、84.07%和 82.30%，是公司营业毛利的主要来源，全景门产品是公司营业毛利的重要增长点。

2. 主营业务按产品或服务分类的毛利率情况

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)
卫浴产品	31.74	83.59	33.84	85.10	32.52	89.46
全景门	33.24	13.19	33.09	12.29	33.46	6.17
五金及配件	31.47	3.22	40.70	2.61	35.86	4.37

科目具体情况及分析说明：

(1) 毛利率整体变动原因分析

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 32.72%、33.93%和 31.93%，主营业务毛利率波动主要系受卫浴产品、全景门毛利率波动影响。

2023 年，毛利率较高的全景门收入同比增长了 102.06%，全景门收入占比从 6.17%提升至 12.29%，使得公司整体毛利率有所提升。

2024 年，公司在零售业务推出更多具有性价比的产品，使得卫浴产品的销售单价有所下降；同时，大宗业务、出口业务的淋浴房定制化程度较低，对应产品的毛利率较低，2024 年大宗业务、出口业务销售的淋浴房数量和收入占比均有所提升，使得公司整体毛利率有所下降。

(2) 按产品类别分类毛利率变动原因分析

1) 卫浴产品

报告期内，公司卫浴产品的毛利率分别为 32.52%、33.84%和 31.74%，整体较为稳定。具体而言，公司主要卫浴产品的毛利率情况如下：

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	毛利率 (%)	占主营业务收入比例 (%)	毛利率 (%)	占主营业务收入比例 (%)	毛利率 (%)	占主营业务收入比例 (%)
淋浴房	35.10	75.19	36.33	76.70	34.09	84.30
浴室柜	-6.66	4.92	9.98	4.56	5.59	2.77
其他卫浴产品	13.56	3.49	12.44	3.83	8.49	2.40
合计	31.74	83.59	33.84	85.10	32.52	89.46

①淋浴房

淋浴房是影响公司主营业务毛利率的主要产品。公司在零售业务销售的淋浴房以定制化为主，大宗业务具有小批量特征，出口业务具有大批量特征，不同业务模式中的淋浴房所使用的玻璃、五金、工艺要求等均存在较大差异，销售价格也存在较大差异。因此，受产品销量情况、销售渠道及其销售占比等因素的影响，公司产品在不同年度间的单位售价和单位平均成本均有所波动。报告期内，公司淋浴房毛利率分别为 34.09%、36.33%和 35.10%，毛利率维持在较高水平。

2023 年，公司淋浴房毛利率同比提升了 2.24 个百分点，主要系随着公司玻璃成片、五金、铝材等产品组件的自给率提升，通过规模生产实现降本；同时，玻璃和铝的大宗商品价格在 2022 年初处于高位，随后呈下降趋势，材料采购成本也呈下降趋势，使得公司淋浴房 2023 年的毛利率有所提升。

2024 年，由于市场竞争激烈，公司淋浴房的销售单价有所下降；大宗业务、出口业务的淋浴房定制化程度较低，对应产品的毛利率较低，2024 年大宗业务、出口业务销售的淋浴房数量和收入占比均有所提升，使得淋浴房的整体毛利率有所下降。

②浴室柜

报告期内，公司浴室柜的销售收入占主营业务收入的比重分别为 2.77%、4.56%和 4.92%，呈稳步增长趋势，毛利率分别为 5.59%、9.98%和-6.66%。

2023 年，公司加大浴室柜等全卫定制产品在经销商渠道的推广力度，浴室柜的销量显著提升，规模效应带来单位成本下降；同时，公司新推出多款浴室柜产品，销售单价有所增加，使得平均销售单价略有增长，因此，浴室柜产品的毛利率大幅提升。

2024 年，公司重点推销浴室柜产品，推出更多具有性价比的产品，并加大推广力度，同时，公司为获取部分境外品牌商客户的订单，公司在定价方面战略性亏损，使得公司浴室柜的销售单价有所下降，因此，浴室柜 2024 年的毛利率降低至-6.66%。

③其他卫浴产品

报告期内，其他卫浴产品主要为浴缸、花洒、马桶等产品，其中花洒、马桶等产品系委外生产，浴缸作为公司自产产品，随着订单量增加，规模效应带来单位成本下降，提升了其他卫浴产品类别的毛利率。

2) 全景门

报告期内，公司全景门的毛利率分别为 33.46%、33.09%和 33.24%，毛利率水平较高且较为稳定。公司全景门产品成熟、类别丰富，越来越多的消费者或房地产项目在厨房、客厅等区域使用全景门，作为公司重要的收入增长点，公司注重产品的品质、品牌和差异化，产品价格始终维持在较高水平。在零售业务销售的全景门以定制化为主，大宗业务具有小批量特征，不同订单中所使用的玻璃、五金、工艺要求等均存在较大差异，销售单价和对应的成本也存在差异。

3) 五金及配件

报告期内，五金及配件的毛利率分别为 35.86%、40.70%和 31.47%，五金及配件收入占主营业务收入的比例均低于 5%。2023 年，五金及配件毛利率提高 4.84 个百分点，主要原因是主要铝棒等原材料的市场价格较 2022 年有所下降。2024 年，由于市场竞争激烈，公司对部分国际客户在销售单价上有所让步，使得五金及配件毛利率下降。

3. 主营业务按销售区域分类的毛利率情况

√适用 □不适用

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	毛利率 (%)	主营收入 占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入 占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入 占比 (%)
境内销售	34.57	67.12	36.21	69.81	34.38	64.70
境外销售	26.55	32.88	28.65	30.19	29.69	35.30

科目具体情况及分析说明：

公司境内销售的主要模式为零售业务、大宗业务。报告期内，公司境内销售的收入占比为 64.70%、69.81%和 67.12%，是公司的主要收入来源；境内销售的毛利率分别为 34.38%、36.21%和 34.57%，维持在较高的毛利率水平。2023 年，境内销售毛利率提升了 1.83 个百分点，主要原因是：大宗业务的部分中高端项目使用淋浴房的单价有所提升；毛利率更高的全景门在更多地产项目中应用，全景门销售数量大幅提升。2024 年，境内销售毛利率下降了 1.64 个百分点，主要原因是为满足市场需求，公司推出了多款更具性价比的淋浴房、浴室柜等产品，使得销售单价有所下降。

报告期内，公司境外销售的毛利率分别为 29.69%、28.65%和 26.55%，境外销售的产品以批量化的产品为主，而国内销售产品以个性化定制为主，因此，境外销售的毛利率低于境内销售。由于

市场竞争激烈，公司在开拓新客户过程中对部分国际客户在销售单价上有所让步，使得境外销售毛利率呈下降趋势。

4. 主营业务按照销售模式分类的毛利率情况

√适用 □不适用

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	毛利率（%）	主营收入占比（%）	毛利率（%）	主营收入占比（%）	毛利率（%）	主营收入占比（%）
主营业务	31.93	100.00	33.93	100.00	32.72	100.00
其中：零售业务	37.97	34.95	40.15	42.23	42.08	37.60
大宗业务	30.87	32.17	30.18	27.58	23.69	27.10
出口业务	26.55	32.88	28.65	30.19	29.69	35.30

科目具体情况及分析说明：

零售业务的毛利率高于大宗业务、出口业务的毛利率，主要原因为公司面向经销商销售的产品以个性化定制为主。报告期内，公司零售业务模式毛利率分别为 42.08%、40.15%和 37.97%。2023 年因智能马桶、花洒等标品及浴室柜的销售收入提升，该等产品的毛利率较低，使得零售业务的毛利率下降了 1.93 个百分点。2024 年，为满足消费者需求，公司推出了更多高性价比的淋浴房、浴室柜等产品，并加大了营销推广活动的力度，使得零售业务的毛利率同比下降了 2.18 个百分点。

公司大宗业务模式以小批量工程款淋浴房产品销售为主，主要是根据工程集采渠道客户需求而批量生产及销售的产品，通常以各个项目为单位小批量定制，大宗业务客户一般以招投标方式选择供应商，为了拓展大宗业务，公司面向其销售的产品成本加成较低，毛利率相对较低。报告期内，公司大宗业务模式毛利率分别为 23.69%、30.18%和 30.87%。2023 年，公司大宗业务的毛利率上升了 6.49 个百分点，主要原因是：公司毛利率更高的全景门产品在大宗业务的销售数量提升；随着公司玻璃成片、五金、铝材等产品组件的自给率提升，通过规模生产实现降本。

公司出口业务主要为境外品牌客户提供 ODM 或 OME 服务，出口业务销售的产品以批量化的产品为主，而国内销售产品以个性化定制为主，因此，出口业务毛利率低于境内销售。报告期内，公司出口业务的毛利率分别为 29.69%、28.65%和 26.55%，由于市场竞争激烈，公司在开拓新客户过程中对部分国际客户在销售单价上有所让步，使得境外销售毛利率呈下降趋势。

5. 可比公司毛利率比较分析

公司名称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
顶固集创	22.63	27.91	31.11
皮阿诺	23.84	29.50	30.02
惠达卫浴	27.13	25.34	24.81
箭牌家居	24.79	28.34	32.85

平均数（%）	24.60	27.77	29.70
发行人（%）	31.93	33.93	32.72

科目具体情况及分析说明：

报告期内，同行业可比公司平均毛利率整体呈下降趋势；公司主营业务毛利率略高于同行业平均水平，主要原因是公司产品以淋浴房、浴室柜、全景门等定制家居产品为主，主要原材料为铝材和玻璃，与同行业可比公司在产品结构、原材料上存在一定差异。2023 年，公司产品组件的自给率提升，单位成本有所下降，毛利率上升；2024 年，公司毛利率受产品单价影响而有所下降。

6. 其他披露事项

无。

7. 毛利率总体分析

报告期内，公司综合毛利率分别为 32.22%、32.94%和 30.96%；主营业务毛利率分别为 32.72%、33.93%和 31.93%，公司的综合毛利率水平总体稳定，各期毛利率变动主要受产品结构、原材料价格、销售模式等因素影响，公司毛利率水平及变动情况与自身业务及经营情况相匹配。

（四） 主要费用情况分析

单位：元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	营业收入占比（%）	金额	营业收入占比（%）	金额	营业收入占比（%）
销售费用	71,507,334.44	8.69	52,118,375.15	6.72	36,920,598.09	4.91
管理费用	48,658,338.27	5.91	41,119,918.42	5.30	32,348,093.55	4.30
研发费用	32,711,922.92	3.97	29,142,074.36	3.76	28,794,220.63	3.83
财务费用	-911,523.47	-0.11	596,267.55	0.08	-2,187,683.60	-0.29
合计	151,966,072.16	18.46	122,976,635.48	15.85	95,875,228.67	12.74

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司期间费用分别为 9,587.52 万元、12,297.66 万元和 15,196.61 万元，占当期营业收入的比例分别为 12.74 %、15.85%和 18.46%。报告期内，公司期间费用占当期营业收入的比例呈上升趋势，主要是由于报告期内公司营业收入的增长幅度小于期间费用的增长幅度，导致期间费用率呈上升趋势，各期间费用的变动情况详见下文分析。

1. 销售费用分析

(1) 销售费用构成情况

单位：元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
薪酬及福利	36,483,599.23	51.02	28,839,019.49	55.33	24,862,309.69	67.34
广告及展会费	13,933,525.31	19.49	10,076,553.79	19.33	5,118,462.38	13.86
差旅费	3,677,025.23	5.14	3,082,998.94	5.92	1,759,166.36	4.76
租赁及物业费	3,753,928.85	5.25	-	-	-	-
折旧及摊销	2,914,158.14	4.08	733,112.51	1.41	488,690.95	1.32
业务招待费	2,819,463.96	3.94	3,101,395.00	5.95	1,261,325.85	3.42
办公费	1,946,462.99	2.72	2,383,701.24	4.57	1,739,996.25	4.71
中介机构服务费	1,534,557.01	2.15	1,677,364.96	3.22	608,792.29	1.65
股份支付	931,095.52	1.30	1,057,597.82	2.03	84,105.49	0.23
其他	3,513,518.20	4.91	1,166,631.40	2.24	997,748.83	2.70
合计	71,507,334.44	100.00	52,118,375.15	100.00	36,920,598.09	100.00

(2) 销售费用率与可比公司比较情况

公司名称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
惠达卫浴 (%)	11.24	10.32	9.01
箭牌家居 (%)	8.04	7.88	9.52
皮阿诺 (%)	11.10	10.57	10.67
顶固集创 (%)	11.45	11.77	12.13
平均数 (%)	10.46	10.14	10.33
发行人 (%)	8.69	6.72	4.91
原因、匹配性分析	报告期内，同行业可比公司销售费用率的平均数分别为 10.33%、10.14%和 10.46%，公司销售费用率低于同行业可比公司的平均水平。销售费用率主要受业务模式、客户结构及业务拓展方式、销售部门人员构成等因素的影响。报告期内，公司销售费用率低于同行业可比公司平均水平，主要是由于公司业务规模相对较小，主要客户比较稳定，销售人员相对较少，与之相关的职工薪酬、业务招待费等费用均较小；此外，报告期内公司对广告宣传费的投入亦少于同行业可比公司，因此，公司销售费用率低于同行业可比公司平均水平具有合理性。		

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期内，公司销售费用分别为 3,692.06 万元、5,211.84 万元和 7,150.73 万元，占当期营业收入的比例分别为 4.91%、6.72%和 8.69%。报告期内，公司销售费用主要由薪酬及福利、广告及展会费、租赁及物业费、差旅费及业务招待费构成，合计占当期销售费用的比例分别为 89.38%、86.53%和 84.84%。

报告期内，公司销售费用率呈增长趋势，主要由于以下几方面的原因：①随着经营规模的扩大以及劳动用工成本的增加，公司销售人员数量及工资水平均有所增长，使得报告期内支付给销售人员的薪酬及福利呈增长趋势，2023 年和 2024 年分别同比增长 15.99%和 26.51%；②2022 年度，因公共卫生事件影响，公司参加展会减少，导致发生的展会费较少；2023 年以来，公司因推广产品而参加展会的频次大幅增加，并且叠加公司为品牌推广加大广告投放，综合使得报告期内广告及展会费发生额呈增长趋势，2023 年和 2024 年分别同比增长 96.87%和 38.28%。③2023 年以来，因销售活动而增加的出差、招待活动等均有所增加，使得 2023 年及 2024 年发生的差旅费和业务招待费等较 2022 年均不同幅度的增长；④2024 年度，公司租赁及物业费金额为 375.39 万元，主要为子公司玫瑰岛定制线下门店的租赁及物业费，玫瑰岛定制成立于 2023 年 11 月份，为公司新增的销售费用。⑤报告期内，公司对销售人员进行股权激励，确认的股份支付费用金额分别为 8.41 万元、105.76 万元和 93.11 万元，因股权激励授予期间的不同导致 2023 年及 2024 年度确认的股份支付费用较 2022 年增长幅度较大。

2. 管理费用分析

(1) 管理费用构成情况

单位：元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
薪酬及福利	29,905,462.34	61.46	25,684,618.59	62.46	21,692,380.21	67.06
咨询及中介费	4,198,507.11	8.63	2,044,414.28	4.97	1,168,453.81	3.61
折旧及摊销费用	3,552,223.83	7.30	2,737,695.19	6.66	2,421,811.00	7.49
股份支付	2,907,387.81	5.98	2,793,591.40	6.79	114,740.55	0.35
车辆及修理费	2,266,568.04	4.66	1,944,832.98	4.73	1,315,982.31	4.07
办公费	1,677,939.86	3.45	2,412,820.89	5.87	1,639,822.19	5.07
业务招待费	1,524,186.45	3.13	820,565.49	2.00	926,638.88	2.86
差旅费	628,568.46	1.29	439,694.69	1.07	161,271.13	0.50
残疾人就业保障金	371,036.66	0.76	381,399.49	0.93	376,530.56	1.16
软件费	154,421.91	0.32	631,051.75	1.53	1,507,204.40	4.66
其他	1,472,035.80	3.03	1,229,233.67	2.99	1,023,258.51	3.16
合计	48,658,338.27	100.00	41,119,918.42	100.00	32,348,093.55	100.00

(2) 管理费用率与可比公司比较情况

√适用 □不适用

公司名称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
惠达卫浴 (%)	6.76	6.71	7.10
箭牌家居 (%)	9.21	8.63	8.70
皮阿诺 (%)	9.49	4.23	3.94
顶固集创 (%)	10.35	8.60	10.67
平均数 (%)	8.95	7.04	7.60

发行人(%)	5.91	5.30	4.30
原因、匹配性分析	报告期内，同行业可比公司管理费用率的平均数分别为 7.60%、7.04%和 8.95%，公司管理费用率低于同行业可比公司的平均水平，主要由于以下两方面的原因，一方面顶固集创的管理费用率较高，拉高了同行业可比公司整体的平均水平；另一方面，报告期内公司业务规模相对较小，管理人员平均薪酬低于同行业可比公司平均水平。		

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期内，公司管理费用分别为 3,234.81 万元、4,111.99 万元和 4,865.83 万元，占当期营业收入的比例分别为 4.30%、5.30%和 5.91%。报告期内，公司管理费用主要由薪酬及福利、折旧及摊销费用、咨询及中介费、股份支付费用、车辆及修理费构成，合计占当期管理费用的比例分别为 82.58%、85.61%和 88.02%。 报告期内，公司管理费用率呈上升趋势，主要由于以下几方面的原因：①随着经营规模的增长扩大以及劳动用工成本的增加，公司管理人员数量及工资水平均有所增长，使得报告期内支付给管理人员的薪酬及福利呈上升趋势，2023 年较 2022 年同比增长 18.40%，2024 年较 2023 年同比增长 16.43%；②报告期内，公司发生的咨询及中介费呈上升趋势，其中，2024 年较 2023 年同比增长 105.36%，主要原因是公司支付给中介机构的新三板挂牌费用；③报告期内，公司对管理人员进行股权激励，确认的股份支付费用金额分别为 11.47 万元、279.36 万元和 290.74 万元，主要因股权激励授予期间的不同导致报告期内确认的费用呈上升趋势。

3. 研发费用分析

(1) 研发费用构成情况

单位：元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
薪酬及福利	19,441,479.95	59.43	17,007,256.11	58.36	13,990,963.25	48.59
物料消耗	11,461,772.25	35.04	10,165,322.50	34.88	14,061,541.93	48.83
股份支付	877,399.51	2.68	1,009,484.96	3.46	81,286.31	0.28
折旧及摊销	354,709.22	1.08	360,905.17	1.24	319,480.67	1.11
其他	576,561.99	1.76	599,105.62	2.06	340,948.47	1.18
合计	32,711,922.92	100.00	29,142,074.36	100.00	28,794,220.63	100.00

(2) 研发费用率与可比公司比较情况

√适用 □不适用

公司名称	2024 年度	2023 年度	2022 年度

惠达卫浴（%）	4.03	4.16	4.14
箭牌家居（%）	5.21	4.47	4.53
皮阿诺（%）	4.05	4.53	3.24
顶固集创（%）	3.68	3.75	4.86
平均数（%）	4.24	4.23	4.19
发行人（%）	3.97	3.76	3.83
原因、匹配性分析	报告期内，同行业可比公司研发费用率的平均数分别为 4.19%、4.23%和 4.24%，公司研发费用率与同行业可比公司平均水平不存在重大差异，处于合理区间内。		

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期内，公司研发费用分别为 2,879.42 万元、2,914.21 万元和 3,271.19 万元，占当期营业收入的比例分别为 3.83%、3.76%和 3.97%。报告期内，公司研发费用主要由薪酬及福利、物料消耗构成，合计占当期研发费用的比例分别为 97.42%、93.24%和 94.47%。 报告期内，公司研发费用呈稳定增长的趋势，不存在较大波动的情形，股份支付费用系公司对研发人员进行股权激励确认的费用。为满足市场对产品多样性的需求以及公司为保持核心竞争力，公司将持续加大对技术研发和产品创新的支持力度，持续保持研发人才储备以及研发投入。

4. 财务费用分析

(1) 财务费用构成情况

单位：元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
利息费用	1,863,210.26	2,271,084.08	4,618,877.36
减：利息资本化	-	-	-
减：利息收入	347,292.51	512,891.67	558,883.20
汇兑损益	-2,752,327.01	-1,659,514.89	-6,543,171.69
银行手续费	324,885.79	497,590.03	295,493.93
其他	-	-	-
合计	-911,523.47	596,267.55	-2,187,683.60

(2) 财务费用率与可比公司比较情况

√适用 □不适用

公司名称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
惠达卫浴（%）	-0.14	0.23	-0.40
箭牌家居（%）	0.53	0.06	0.21
皮阿诺（%）	-0.14	0.29	0.42
顶固集创（%）	0.25	0.34	0.68
平均数（%）	0.12	0.23	0.23
发行人（%）	-0.11	0.08	-0.29
原因、匹配性分析	报告期内，同行业可比公司财务费用率的平均数分别为 0.23%、0.23%		

	和 0.12%，公司财务费用率低于同行业可比公司的平均水平，主要由于报告期内公司持续盈利，资金较为充裕，通过银行借款等筹集资金的金额较少，利息支出金额较小，使得报告期内公司财务费用率较低；公司出口业务收入占比较高，受汇率变动的影响，2022 年和 2024 年度外汇收入对应的汇兑收益较高，使得公司的财务费用率为负数。

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期内，公司财务费用分别为-218.77 万元、59.63 万元和-91.15 万元，占当期营业收入的比例分别为-0.29%、0.08%和-0.11%。公司财务费用主要由利息支出、利息收入、汇兑损益等构成。报告期内，公司财务费用率呈先上升后下降的趋势，主要受汇兑收益对财务费用的影响。整体来看，报告期内公司资金较为充裕，支付的银行借款利息较低，公司保持较为稳健的财务政策，财务状况良好。

5. 其他披露事项

无。

6. 主要费用情况总体分析

报告期内，公司期间费用分别为 9,587.52 万元、12,297.66 万元和 15,196.61 万元，占当期营业收入的比例分别为 12.74 %、15.85%和 18.46%。报告期内，公司期间费用占当期营业收入的比例呈上升趋势，主要由于报告期内期间费用持续增长，2023 年期间费用较 2022 年同比增长 28.27%，2024 年期间费用较 2023 年同比增长 23.57%，此外，报告期内公司营业收入的增长幅度小于期间费用的增长幅度，导致报告期内期间费用率呈上升趋势。

(五) 利润情况分析

1. 利润变动情况

单位：元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	营业收入占比 (%)	金额	营业收入占比 (%)	金额	营业收入占比 (%)
营业利润	81,965,850.40	9.96	115,001,238.50	14.82	127,996,832.92	17.01
营业外收入	224,048.81	0.03	66,551.10	0.01	71,092.92	0.01
营业外支出	1,143,467.43	0.14	2,760,388.06	0.36	427,343.92	0.06
利润总额	81,046,431.78	9.85	112,307,401.54	14.47	127,640,581.92	16.96

所得税费用	11,846,166.21	1.44	16,904,090.69	2.18	19,406,633.42	2.58
净利润	69,200,265.57	8.41	95,403,310.85	12.30	108,233,948.50	14.38

科目具体情况及分析说明:

报告期内，公司营业利润分别为 12,799.68 万元、11,500.12 万元和 8,196.59 万元，占当期营业收入的比例分别为 17.01%、14.82%和 9.96%；公司净利润分别为 10,823.39 万元、9,540.33 万元和 6,920.03 万元，占当期营业收入的比例分别为 14.38%、12.30%和 8.41%。公司净利润主要来源于主营业务产品的销售，营业外收支金额及占比均较小。报告期内，公司营业利润和净利润呈下降趋势，主要是由于报告期内公司在营业收入基本保持稳定的情况下，期间费用增长幅度较大，使得报告期内营业利润和净利润呈下降趋势。

2. 营业外收入情况

√适用 □不适用

(1) 营业外收入明细

单位：元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
接受捐赠			
政府补助	-	5,000.00	-
盘盈利得			
违约赔偿款	172,393.69	55,936.43	59,713.90
其他	51,655.12	5,614.67	11,379.02
合计	224,048.81	66,551.10	71,092.92

(2) 科目具体情况及分析说明

报告期内，公司营业外收入金额分别为 7.11 万元、6.66 万元和 22.40 万元，主要系收取客户的货款延期支付补偿费、对物流公司收取的货物毁损补偿款以及对供应商的质量扣款。

3. 营业外支出情况

√适用 □不适用

单位：元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
对外捐赠	505,500.00	129,288.50	81,440.00
非流动资产毁损报废损失	362,256.87	1,033,275.83	99,920.30
滞纳金	77,847.18	1,567,131.99	204,813.62
其他	197,863.38	30,691.74	41,170.00
合计	1,143,467.43	2,760,388.06	427,343.92

科目具体情况及分析说明:

报告期内，公司营业外支出金额分别为 42.73 万元、276.04 万元和 114.35 万元，主要系非流动资产毁损报废损失以及缴纳的税收滞纳金，其中，滞纳金主要为因延期纳税缴纳的企业所得税滞纳金以及房产税滞纳金。

4. 所得税费用情况

(1) 所得税费用表

单位：元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
当期所得税费用	16,061,087.67	18,284,215.54	20,596,485.97
递延所得税费用	-4,214,921.46	-1,380,124.85	-1,189,852.55
合计	11,846,166.21	16,904,090.69	19,406,633.42

(2) 会计利润与所得税费用调整过程

单位：元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
利润总额	81,046,431.78	112,307,401.54	127,640,581.92
按适用税率 15%计算的所得税费用	12,156,964.76	16,846,110.23	19,146,087.29
部分子公司适用不同税率的影响	-885,569.14	509.63	-624.33
调整以前期间所得税的影响	939.34	-	-
税收优惠的影响			
非应税收入的纳税影响			
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	2,333,369.69	1,580,395.04	924,413.49
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响	-186.76	-	-124.87
本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	3,497.56	2,929.41	-
税率变动对以前期间的影响	-	-	513,584.57
安置残疾人员及国家鼓励安置的其他就业人员所支付的工资加计扣除的影响	-25,279.65	-28,809.15	-22,540.43
研发费用加计扣除的影响	-1,737,569.59	-1,497,044.47	-1,154,162.30
所得税费用	11,846,166.21	16,904,090.69	19,406,633.42

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期内，公司利润总额分别为 12,764.06 万元、11,230.74 万元和 8,104.64 万元，所得税费用分别为 1,940.66 万元、1,690.41 万元和 1,184.62 万元，占当期利润总额的比例分别为 15.20%、15.05% 和 14.62%。报告期内，所得税费用主要受当期利润总额、不可抵扣成本、费用和损失金额以及研发费用加计扣除税额等因素的影响，随着各影响因素的变动导致所得税费用随之有所波动。

5. 其他披露事项

无。

6. 利润变动情况分析

报告期内，公司营业利润分别为 12,799.68 万元、11,500.12 万元和 8,196.59 万元，占当期营业收入的比例分别为 17.01%、14.82%和 9.96%；公司净利润分别为 10,823.39 万元、9,540.33 万元和 6,920.03 万元，占当期营业收入的比例分别为 14.38%、12.30%和 8.41%。公司净利润主要来源于主营业务产品的销售，营业外收支金额及占比均较小。2023 年度，公司净利润较 2022 年度同比下降 11.85%，主要由于 2023 年度期间费用较 2022 年度同比增长 28.27%；2024 年度，公司净利润较 2023 年度同比下降 27.47%，主要由于以下几个方面的原因：①2024 年度，毛利率相对较低的大宗业务收入占比较 2023 年度有所提升；公司在 2024 年度推出了多款具有高性价比的产品并取得较好的市场效果，使得 2024 年度主营业务毛利率较 2023 年度同比下降 2.00 个百分点；②2024 年度公司期间费用较 2023 年度同比增长 23.57%；③2024 年度，公司因应收账款增加和单项计提坏账准备增加导致计提的信用减值损失、存货余额增加导致计提的资产减值损失合计较 2023 年度同比增加 54.77%。

（六）研发投入分析

1. 研发投入构成明细情况

单位：元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
薪酬及福利	19,441,479.95	17,007,256.11	13,990,963.25
物料消耗	11,461,772.25	10,165,322.50	14,061,541.93
股份支付	877,399.51	1,009,484.96	81,286.31
折旧及摊销	354,709.22	360,905.17	319,480.67
其他	576,561.99	599,105.62	340,948.47
合计	32,711,922.92	29,142,074.36	28,794,220.63
研发投入占营业收入的比例（%）	3.97	3.76	3.83
原因、匹配性分析	报告期内，随着公司业务规模的扩大及营业收入的增长，公司保持相对稳定的研发投入，不断增强公司自主研发的创新能力。		

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司研发投入分别为 2,879.42 万元、2,914.21 万元和 3,271.19 万元，占当期营业收入的比例分别为 3.83%、3.76%和 3.97%，公司研发投入主要由薪酬及福利、物料消耗、股份支付、折旧及摊销等构成，其中，物料消耗主要包括研发领料以及研发耗用的水、电费。报告期内，公司

研发投入均为费用化支出，不存在资本化的情形。

2. 报告期内主要研发项目情况

报告期内，公司主要研发项目情况如下：

单位：万元

序号	研发项目	研发模式	2024 年度	2023 年度	2022 年度
1	新型淋浴房拉杆结构的研发	自主研发	209.87	-	-
2	大开门空间折叠淋浴屏风的研发	自主研发	207.49	-	-
3	易用型大调节简易安装淋浴屏风的研发	自主研发	181.62	-	-
4	隐藏式升降淋浴屏风的研发	自主研发	164.85	-	-
5	具有转动和折叠功能淋浴屏风的研发	自主研发	152.59	-	-
6	淋浴房拉手耐用舒适一体化结构研发	自主研发	152.37	-	-
7	淋浴房门框垂直调节技术的研发	自主研发	141.67	-	-
8	不锈钢无框玻璃一固两移连动淋浴房的研发	自主研发	134.31	-	-
9	带缓慢闭合功能铝型材包框下滑轨结构悬浮双移门的研发	自主研发	127.52	-	-
10	岩板热弯一体盆、冷藏冰箱、铝材收口装饰免漆板浴室柜的研发	自主研发	119.91	-	-
11	快装式阻尼系统、35 T 型对称极窄框全景门的研发	自主研发	119.15	-	-
12	淋浴房专用高强度防滑玻璃门把手的研发	自主研发	112.07	-	-
13	高密封淋浴房玻璃门的研发	自主研发	105.73	-	-
14	天然大理石一体盆的新中式浴室柜的研发	自主研发	102.67	-	-
15	易洁台阶门夹表面处理技术的研发	自主研发	94.82	-	-
16	人造石一体盆、格栅金属漆抽面浴室柜的研发	自主研发	88.63	-	-
17	组合式多功能远红外发热加温桑拿淋浴房的研发	自主研发	87.01	-	-
18	石膏板同色收边线轨快拆式阻尼系统、不对称极窄框全景门的研发	自主研发	85.00	-	-
19	适用于小户型的人造石大肚盆浴室柜的研发	自主研发	84.97	-	-
20	旗形合页结构搭配机械锁具、40-10 极窄框平开全景门的研发	自主研发	70.65	-	-
21	免钉贴墙无痕调整的平衡轨淋浴房的研发	自主研发	70.39	-	-
22	不锈钢无框折叠结构内飞门的研发	自主研发	64.54	-	-
23	横轴明装菱角内外平开门的研发	自主研发	58.69	-	-
24	内外 5mm 双玻、门扇无边结构，进口阻尼系统、45 全面屏全景门的研发	自主研发	54.73	-	-
25	液压转轴加磁吸定位结构，中/偏轴全景门，40-16 极窄全景门的研发	自主研发	53.03	-	-
26	全包框实芯型材静音内外平开门	自主研发	52.52	-	-

27	带镜门美妆收纳人造石盆浴室柜的研发	自主研发	46.19	27.45	-
28	隐藏式极窄边框防摆全景门的研发	自主研发	43.04	28.97	-
29	造型板及造型抽面新颖、天然石无缝拼接陶瓷盆浴室柜的研发	自主研发	42.31	62.62	-
30	法式风格全包框门夹内外平开门的研发	自主研发	42.22	-	-
31	极窄不锈钢型材包框玻璃门结构的摩擦传动联动门的研发	自主研发	40.76	46.71	-
32	免漆柜体+实木油漆见光板的美式浴室柜的研发	自主研发	40.24	-	-
33	高稳定静音不锈钢淋浴房及其液压缓冲铰链的研发	自主研发	33.60	140.42	-
34	不锈钢全隐藏带防摆结构, 40-10 极窄全景门的研发	自主研发	30.24	-	-
35	高安全性三联动推拉式淋浴房的研发	自主研发	28.19	139.54	-
36	图腾实木雕刻抽面造型、大理石拼接一体盆的研发	自主研发	27.62	-	-
37	淋浴与马桶区分湿分区且能一门两用带缓冲功能的吊移滑动门	自主研发	-	71.13	108.63
38	雕刻钻石纹理工艺的玻璃门夹自动回位缓慢闭合静音安全淋浴房	自主研发	-	102.73	88.81
39	不需提前预埋的天地铰链自动回位缓慢闭合静音安全淋浴房	自主研发	-	114.34	47.21
40	超大进出空间且便于清洁维护的双向三门联动带缓冲功能的淋浴房	自主研发	-	114.26	41.50
41	见木不见漆天然木皮水性漆工艺的栅格几何立体柜身造型浴室柜	自主研发	-	66.59	19.52
42	防弯钢变形 10mm 弧形单移门淋浴房的研发	自主研发	-	41.25	120.71
43	防渗水旋转开启式淋浴门的研发	自主研发	-	164.01	-
44	方便调节高度的淋浴门及其吊轮组件的研发	自主研发	-	162.19	-
45	L 型转角式淋浴房及其转角连接组件的研发	自主研发	-	176.41	-
46	便于清洁的双移门淋浴房的研发	自主研发	-	189.78	-
47	适合自主 DIY 安装的走入式淋浴屏的研发	自主研发	-	172.27	-
48	内外开不分左右的内平铰链淋浴门的研发	自主研发	-	170.27	-
49	太极造型干湿分离带快速烘干避免细菌滋生装置的步入式淋浴空间	自主研发	-	112.61	-
50	构件隐藏主体结构配置岩板无缝拼接陶瓷一体盆的浴室柜	自主研发	-	62.02	-
51	极窄边框隐藏滑轮组件带缓慢闭合功能的悬浮门	自主研发	-	92.86	-
52	精简不锈钢无框玻璃门结构的平开门与推拉门	自主研发	-	31.21	-
53	隐藏式线轨分体式阻尼滑轮兼防摆系统且框体安装微缝的全景门	自主研发	-	73.48	-
54	跑道型超大盆胆人造石一体盆, 山形抽面及纯铜龙鳞雕刻龙元素拉手薄边人造石盆浴室柜	自主研发	-	69.97	-
55	带缓慢闭合功能极窄不锈钢型材包框玻璃门	自主研发	-	72.15	-

	结构的悬浮门与内飞门				
56	隐藏式线轨 35-10mm 极窄双斜边框分体式阻尼滑轮兼防摆系统且框体安装微缝的全景门	自主研发	-	80.96	-
57	带缓慢闭合功能铝型材包框玻璃门结构的双移门与联动门	自主研发	-	97.70	-
58	带缓慢闭合功能极窄不锈钢型材包框玻璃门结构的吊移门	自主研发	-	89.50	-
59	带缓慢闭合功能精简不锈钢无框玻璃门结构的吊移门	自主研发	-	75.29	-
60	铝型材焊接整板主体与无边全隐油砂玻璃门阳台柜	自主研发	-	65.52	-
61	防脱轨双向移动门淋浴房的研发	自主研发	-	-	36.27
62	快速安装易维护的内折式淋浴门的研发	自主研发	-	-	126.41
63	适合狭窄空间的滑动式淋浴房的研发	自主研发	-	-	164.04
64	带隐藏式缓冲结构的淋浴房的研发	自主研发	-	-	182.96
65	全自动铝型材多头冲孔技术的研发	自主研发	-	-	174.51
66	折叠式磁吸门铰链窄边框系列淋浴房的研发	自主研发	-	-	177.67
67	适合自主 DIY 安装的走入式淋浴屏的研发	自主研发	-	-	152.55
68	内外开不分左右的内平铰链淋浴门的研发	自主研发	-	-	127.41
69	无障碍移动门结构淋浴房的研发	自主研发	-	-	82.81
70	角码连接结构浴室柜的研发	自主研发	-	-	119.26
71	多色彩添加抗污易清洁涂料工艺的人造石一体盆浴室柜	自主研发	-	-	187.78
72	防止大跨度双向吊移活动门下坠的复合型轨道淋浴房	自主研发	-	-	140.58
73	可快速安装的门铰与防暴力开启门锁的极窄室内平开门	自主研发	-	-	116.65
74	5mm 超薄嵌入式人造石一体盆半挂浴室柜	自主研发	-	-	80.10
75	适合老弱进出无障碍并具通风排气功能的淋浴房	自主研发	-	-	143.68
76	全隐轨道与边框兼有穿衣镜功能的侧挂衣帽间悬浮滑动门	自主研发	-	-	160.58
77	适合小户型内开不占用卫浴空间的高颜值极简折叠滑动门	自主研发	-	-	147.54
78	极窄边框隐藏门铰选配智能门锁的门墙一体式室内平开门	自主研发	-	-	132.23
合计		-	3,271.19	2,914.21	2,879.42

3. 研发投入占营业收入比例与可比公司比较情况

√适用 □不适用

公司	2024 年度	2023 年度	2022 年度
惠达卫浴（%）	4.03	4.16	4.14
箭牌家居（%）	5.21	4.47	4.53
皮阿诺（%）	4.05	4.53	3.24

顶固集创（%）	3.68	3.75	4.86
平均数（%）	4.24	4.23	4.19
发行人（%）	3.97	3.76	3.83

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司研发投入率分别为 3.83%、3.76%和 3.97%，同行业可比公司研发投入率的平均数为 4.19%、4.23%和 4.24%。公司研发投入率略低于同行业可比公司平均水平，但不存在重大差异。

4. 其他披露事项

无。

5. 研发投入总体分析

报告期内，公司研发投入分别为 2,879.42 万元、2,914.21 万元和 3,271.19 万元，占当期营业收入的比例分别为 3.83%、3.76%和 3.97%。为满足市场对产品多样性的需求以及公司为保持核心竞争力，公司将持续加大对技术研发和产品创新的支持力度，持续保持研发人才储备以及研发投入。报告期内，公司研发投入均为费用化支出，不存在资本化的情形。

（七）其他影响损益的科目分析

1. 投资收益

√适用 □不适用

单位：元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
权益法核算的长期股权投资收益	-		-247,170.55
处置交易性金融资产取得的投资收益	575,181.92	1,736,635.03	215,334.50
金融资产终止确认损益	-2,103,959.03	-1,448,339.95	-1,932,971.99
应收账款债务重组收益	-328,849.96	-	-
合计	-1,857,627.07	288,295.08	-1,964,808.04

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司投资收益金额分别为-196.48 万元、28.83 万元和-185.76 万元，主要系购买银行理财产品、结构性存款产生的收益、金融资产终止确认损益以及应收账款债务重组损失，其中，金融资产终止确认损益为不附追索权的应收账款保理融资支付的手续费。

2. 公允价值变动收益

√适用 □不适用

单位：元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
交易性金融资产	1,404,274.55	43,782.83	419,854.42
合计	1,404,274.55	43,782.83	419,854.42

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司公允价值变动收益金额分别为 41.99 万元、4.38 万元和 140.43 万元，主要系交易性金融资产公允价值变动收益。报告期内，交易性金融资产公允价值变动收益为购买银行理财产品公允价值变动产生的损益。

3. 其他收益

√适用 □不适用

单位：元

产生其他收益的来源	2024 年度	2023 年度	2022 年度
与资产相关的政府补助	146,000.04	146,000.00	73,000.00
与收益相关的政府补助	166,712.04	526,978.32	1,010,084.96
代扣个人所得税手续费返还	120,031.70	55,777.83	45,309.81
增值税及附加税减免	230,100.00	337,700.00	3,000.00
增值税加计抵减	4,413,075.87	-	-
合计	5,075,919.65	1,066,456.15	1,131,394.77

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司其他收益金额分别为 113.14 万元、106.65 万元和 507.59 万元，公司的其他收益主要系收到的政府补助以及增值税加计抵减。

4. 信用减值损失

√适用 □不适用

单位：元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
应收账款坏账损失	-12,770,956.90	-8,940,538.32	-8,293,303.61
其他应收款坏账损失	-281,494.80	-167,077.51	-106,633.02
应收票据坏账损失	-	241,030.84	1,379,018.29
合计	-13,052,451.70	-8,866,584.99	-7,020,918.34

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司信用减值损失金额分别为 702.09 万元、886.66 万元和 1,305.25 万元，系公司计提的应收账款、其他应收款以及应收票据的坏账准备。报告期内，公司计提的信用减值损失呈增长趋势，主要是由于随着业务规模的扩大，公司应收账款余额增长幅度较大，导致按照坏账计提政

策计提的坏账损失有所增长；2024 年，公司单项计提的应收账款坏账准备同比显著增长。

5. 资产减值损失

√适用 □不适用

单位：元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
存货跌价损失	-6,750,296.59	-4,014,480.25	-4,693,664.41
商誉减值损失	-326,847.60	-	-
合同资产减值损失	516,096.38	191,324.85	42,864.87
其他非流动资产减值损失	-27,000.00	-	-
长期股权投资减值损失	-	-	-1,293,219.33
合计	-6,588,047.81	-3,823,155.40	-5,944,018.87

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司资产减值损失金额分别为 594.40 万元、382.32 万元和 658.80 万元，系公司计提的存货跌价准备、合同资产减值损失、玫瑰岛定制业务收购形成商誉的减值以及对参股公司丹萨尼（中山）长期股权投资计提的减值损失。

6. 资产处置收益

√适用 □不适用

单位：元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
划分为持有待售的非流动资产处置收益	-121,346.95	38,057.55	-632.19
其中：固定资产处置收益	-121,346.95	38,057.55	-632.19
无形资产处置收益	-	-	-
合计	-121,346.95	38,057.55	-632.19

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司资产处置收益金额分别为-0.06 万元、3.81 万元和-12.13 万元，系固定资产处置收益，金额较小。

7. 其他披露事项

无。

四、现金流量分析

（一）经营活动现金流量分析

1. 经营活动现金流量情况

单位：元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	873,789,847.75	826,552,285.90	821,154,701.81
收到的税费返还	9,461,579.06	8,482,059.28	20,408,895.19
收到其他与经营活动有关的现金	20,367,658.98	10,700,281.92	9,281,236.09
经营活动现金流入小计	903,619,085.79	845,734,627.10	850,844,833.09
购买商品、接受劳务支付的现金	573,758,966.35	475,789,812.36	473,100,968.36
支付给职工以及为职工支付的现金	190,973,210.59	156,191,949.00	125,129,434.23
支付的各项税费	56,033,547.74	50,665,342.85	41,712,542.61
支付其他与经营活动有关的现金	64,001,427.20	47,706,913.08	26,720,169.21
经营活动现金流出小计	884,767,151.88	730,354,017.29	666,663,114.41
经营活动产生的现金流量净额	18,851,933.91	115,380,609.81	184,181,718.68

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 18,418.17 万元、11,538.06 万元和 1,885.19 万元，公司报告期内经营活动产生的现金流量呈现持续净流入状态。报告期内，随着公司业务收入的波动，公司经营活动现金流量随之有所波动。

2023 年度，公司经营活动产生的现金流量净额较 2022 年度同比下降 37.36%，主要是由于随着公司经营规模的扩大，公司管理团队和销售团队均有所扩充，并且伴随着劳动用工成本的增加，综合导致 2023 年公司支付给职工以及为职工支付的现金较 2022 年同比增加 24.82%；此外，2023 年公司收到的增值税出口退税、增值税留抵退税等税收返还较 2022 年同比下降 58.44%。

2024 年度，公司经营活动产生的现金流量净额较 2023 年度同比下降 83.66%，下降幅度较大，主要原因如下：①2024 年度大宗业务增长幅度较大，公司大宗业务订单出货量持续增长，使得公司 2024 年度购买商品、接受劳务支付的现金较 2023 年度同比增长 20.59%；②公司持续扩充中高层管理人员、基层销售人员及生产人员，支付给职工以及为职工支付的现金较 2023 年同比增长 22.77%；③公司积极参与国内外展会，展会费用持续增加；公司加大了广告投放力度，广告费用显著增加，导致 2024 年度支付其他与经营活动有关的现金较 2023 年度同比增长 34.16%。

报告期内，公司持续保持较好的现金流，主要得益于公司的销售模式以及优质的客户结构。总体来看，报告期内公司销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入规模基本匹配。

2. 收到的其他与经营活动有关的现金

√适用 □不适用

单位：元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
政府补助	166,712.04	781,978.32	2,470,084.96

利息收入			
收回保函保证金	14,635,336.90	6,788,780.28	2,147,151.02
收到诉讼冻结资金	2,705,852.13	-	-
往来款	2,268,384.99	2,555,239.15	4,032,693.57
其他	591,372.92	574,284.17	631,306.54
合计	20,367,658.98	10,700,281.92	9,281,236.09

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司收到的其他与经营活动有关的现金分别为 928.12 万元、1,070.03 万元和 2,036.77 万元，主要系收回保函保证金、收到诉讼冻结资金、往来款及政府补助款。

3. 支付的其他与经营活动有关的现金

√适用 □不适用

单位：元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
付现费用	47,973,899.93	29,679,445.77	18,350,564.79
支付保函保证金	14,675,898.70	11,507,258.65	4,474,942.75
往来款	245,532.22	4,092,438.76	768,959.63
其他	1,106,096.35	2,427,769.90	3,125,702.04
合计	64,001,427.20	47,706,913.08	26,720,169.21

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司支付的其他与经营活动有关的现金分别为 2,672.02 万元、4,770.69 万元和 6,400.14 万元，主要系支付的付现费用、保函保证金以及往来款等资金。

4. 经营活动净现金流与净利润的匹配

单位：元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
净利润	69,200,265.57	95,403,310.85	108,233,948.50
加：资产减值准备	6,588,047.81	3,823,155.40	5,944,018.87
信用减值损失	13,052,451.70	8,866,584.99	7,020,918.34
固定资产折旧、油气资产折旧、生产性生物资产折旧、投资性房地产折旧	15,746,226.67	13,930,657.18	12,663,813.28
使用权资产折旧	4,684,812.17	4,355,311.22	4,156,693.98
无形资产摊销	1,159,048.97	1,048,145.92	1,046,427.33
长期待摊费用摊销	3,508,915.33	1,344,613.98	1,091,062.69
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”号填列）	121,346.95	-38,057.55	632.19
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）	362,256.87	1,033,275.83	99,920.30
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）	-1,404,274.55	-43,782.83	-419,854.42

财务费用（收益以“-”号填列）	-889,116.75	861,569.19	-1,924,294.33
投资损失（收益以“-”号填列）	1,528,777.11	-288,295.08	1,964,808.04
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	-4,214,921.46	-1,380,124.85	-1,189,852.55
递延所得税负债增加（减少以“-”号填列）			
存货的减少（增加以“-”号填列）	-55,731,167.66	-14,427,626.12	32,680,177.54
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	-49,623,593.94	-20,650,518.96	10,651,000.75
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	9,799,712.02	16,410,091.13	1,860,082.25
其他	4,963,147.10	5,132,299.51	302,215.92
经营活动产生的现金流量净额	18,851,933.91	115,380,609.81	184,181,718.68

5. 其他披露事项

无。

6. 经营活动现金流量分析

（1）营业收入收现能力分析

单位：元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
营业收入	823,177,984.22	775,885,950.65	752,444,899.45
销售商品、提供劳务收到的现金	873,789,847.75	826,552,285.90	821,154,701.81
销售收现率（%）	106.15	106.53	109.13

注：销售收现率=销售商品、提供劳务收到的现金/营业收入

报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金分别为 82,115.47 万元、82,655.23 万元和 87,378.98 万元，销售收现率分别为 109.13%、106.53%和 106.15%，公司销售收入转化为现金流的能力良好。

（2）经营活动现金流量净额与当期净利润具体对比分析

单位：元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
净利润①	69,200,265.57	95,403,310.85	108,233,948.50
经营活动产生的现金流量净额②	18,851,933.91	115,380,609.81	184,181,718.68
差异③=②-①	-50,348,331.66	19,977,298.96	75,947,770.18

报告期内，公司经营活动现金流量净额与净利润之间的差异金额分别为 7,594.78 万元、1,997.73 万元和-5,034.83 万元，波动较大，主要是由于随着公司大宗业务收入占比的提高，公司销售备货增加；大宗业务回款周期长于零售业务和出口业务，销售回款与采购支出及支付给员工的薪酬存在时

间差。

报告期各期末，公司存货的增加金额分别为-3,268.02 万元、1,442.76 万元和 5,573.12 万元，报告期内呈增长趋势，主要是由于随着销售规模的扩大，公司相应增加产品生产所致。报告期内，公司经营性应收项目的增加金额分别为-1,065.10 万元、2,065.05 万元和 4,962.36 万元，报告期内呈增长趋势，主要是由于随着业务规模的扩大及销售收入的增长，经营性应收项目有所增加。报告期内，公司经营性应付项目的增加金额分别为 186.01 万元、1,641.01 万元和 979.97 万元，报告期内随着公司销售规模的扩大，公司应支付的原材料采购款、应付人员薪酬、应交税费等经营性应付项目持续增加，因此，经营性应付项目增加额持续增加。

（二） 投资活动现金流量分析

1. 投资活动现金流量情况

单位：元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	95,794,678.13	148,100,000.00	88,500,000.00
取得投资收益收到的现金	618,965.02	2,157,636.51	214,187.17
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	53,800.00	181,056.34	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流入小计	96,467,443.15	150,438,692.85	88,714,187.17
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	21,542,259.27	36,887,566.78	15,546,268.82
投资支付的现金	90,000,000.00	85,000,000.00	236,600,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	2,193,045.19	-	-
投资活动现金流出小计	113,735,304.46	121,887,566.78	252,146,268.82
投资活动产生的现金流量净额	-17,267,861.31	28,551,126.07	-163,432,081.65

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-16,343.21 万元、2,855.11 万元和-1,726.79 万元。报告期内，收回投资收到的现金主要系赎回理财产品等，金额分别为 8,850.00 万元、14,810.00 万元和 9,579.47 万元；购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 1,554.63 万元、3,688.76 万元和 2,154.23 万元，投资支付的现金主要系对交易性金融资产的投资，金额分别为 23,660.00 万元、8,500.00 万元和 9,000.00 万元。

2. 收到的其他与投资活动有关的现金

☐适用 ☒不适用

3. 支付的其他与投资活动有关的现金

☒适用 ☐不适用

单位：元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
业务合并款	2,193,045.19	-	-
合计	2,193,045.19	-	-

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司支付的其他与投资活动有关的现金分别为 0 万元、0 万元和 219.30 万元，系子公司玫瑰岛定制业务收购所支付的现金。

4. 其他披露事项

无。

5. 投资活动现金流量分析：

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-16,343.21 万元、2,855.11 万元和-1,726.79 万元。其中，购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 1,554.63 万元、3,688.76 万元和 2,154.23 万元，主要系公司为满足生产经营需要办公楼装修、生产线建设以及购置机器设备、购置软件所支付的现金。

（三）筹资活动现金流量分析

1. 筹资活动现金流量情况

单位：元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	2,100,000.00	12,750,000.00	19,296,000.00
取得借款收到的现金	2,791,115.96	34,958,027.55	60,891,372.71
发行债券收到的现金			
收到其他与筹资活动有关的现金			
筹资活动现金流入小计	4,891,115.96	47,708,027.55	80,187,372.71
偿还债务支付的现金	1,000,000.00	89,000,000.00	60,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	30,108.34	80,863,304.16	2,319,847.77
支付其他与筹资活动有关的现金	6,834,871.63	3,787,438.62	17,267,664.73
筹资活动现金流出小计	7,864,979.97	173,650,742.78	79,587,512.50
筹资活动产生的现金流量净额	-2,973,864.01	-125,942,715.23	599,860.21

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为 59.99 万元、-12,594.27 万元和-297.39 万元。报告期内，吸收投资收到的现金系公司收到股东对公司的增资款，金额分别为 1,929.60 万元、1,275.00 万元和 210.00 万元；分配股利、利润或偿付利息支付的现金系公司进行的利润分配以及支付的银行借款利息，金额分别为 231.98 万元、8,086.33 万元和 3.01 万元；支付其他与筹资活动有关的现金主要系股东拆借以及租赁等业务形成的现金支出。

2. 收到的其他与筹资活动有关的现金

☐适用 ☒不适用

3. 支付的其他与筹资活动有关的现金

☒适用 ☐不适用

单位：元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
租赁费	6,320,285.56	3,787,438.62	7,575,848.60
拆借款	514,586.07	-	9,691,816.13
合计	6,834,871.63	3,787,438.62	17,267,664.73

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司支付的其他与筹资活动有关的现金分别为 1,726.77 万元、378.74 万元和 683.49 万元，系支付的股东资金拆借款以及支付的厂房办公室的租赁费。

4. 其他披露事项

无。

5. 筹资活动现金流量分析：

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为 59.99 万元、-12,594.27 万元和-297.39 万元。其中，公司分配股利、利润或偿付利息支付的现金分别为 231.98 万元、8,086.33 万元和 3.01 万元，系公司支付的现金分红以及银行借款利息等；公司支付的其他与筹资活动有关的现金分别为 1,726.77 万元、378.74 万元和 683.49 万元，系支付的股东资金拆借款以及支付的厂房办公室的租赁费。

五、资本性支出

报告期内，公司重大资本性支出主要包括办公楼装修、生产线建设以及购置机器设备、购置软

件等。其中，报告期内公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 1,554.63 万元、3,688.76 万元和 2,154.23 万元。上述资本性支出均为与公司主营业务相关的支出，是为了公司生产经营正常开展的必要投入。

六、税项

（一）主要税种及税率

税种	计税依据	税率		
		2024 年度	2023 年度	2022 年度
增值税	以按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	13%/9%/6%	13%/9%/6%	13%/9%/6%
消费税	-	-	-	-
教育费附加	实际缴纳的流转税税额	3%	3%	3%
城市维护建设税	实际缴纳的流转税税额	5%	5%	5%
企业所得税	应纳税所得额	15%/20%	15%/20%	15%/20%
房产税	从价计征的，按房产原值一次减除 30%后余值的 1.2%计缴；从租计征的，按租金收入的 12%计缴	1.2%/12%	1.2%/12%	1.2%/12%
地方教育费附加	实际缴纳的流转税税额	2%	2%	2%

存在不同企业所得税税率纳税主体的说明：

☒ 适用 ☐ 不适用

纳税主体名称	所得税税率		
	2024 年度	2023 年度	2022 年度
玫瑰岛	15.00%	15.00%	15.00%
玫瑰岛科技	15.00%	15.00%	15.00%
牧浴家居	20.00%	20.00%	20.00%
壹捌伍捌	20.00%	20.00%	-
玫瑰岛定制	20.00%	20.00%	-

具体情况及说明：

报告期内，公司及子公司玫瑰岛科技按照高新技术企业资格享受 15%的企业所得税优惠税率，子公司牧浴家居按小型微利企业享受 20%的所得税优惠税率；子公司壹捌伍捌和玫瑰岛定制 2023 年度及 2024 年度按小型微利企业享受 20%的所得税优惠税率，具体内容详见本小节之“（二）税收优惠”。

（二） 税收优惠

√适用 □不适用

报告期内，公司享受的税收优惠主要为企业所得税优惠，具体情况如下：

（1）玫瑰岛

2022 年 12 月 22 日，玫瑰岛取得广东省科学技术厅、广东省财政厅、国家税务总局广东省税务局联合颁发的《高新技术企业证书》（证书编号：GR202244010783），自获得高新技术企业认定资格后三年内（2022 年至 2024 年），所得税按 15%征收。玫瑰岛 2022 年度至 2024 度享受该所得税优惠政策。

（2）玫瑰岛科技

2022 年 12 月 22 日，玫瑰岛科技取得广东省科学技术厅、广东省财政厅、国家税务总局广东省税务局联合颁发的《高新技术企业证书》（证书编号：GR202244017310），自获得高新技术企业认定资格后三年内（2022 年至 2024 年），所得税按 15%征收。玫瑰岛科技 2022 年度至 2024 度享受该所得税优惠政策。

（3）牧浴家居、壹捌伍捌、玫瑰岛定制

根据 2021 年 4 月 7 日国家税务总局下发的《国家税务总局关于落实支持小型微利企业和个体工商户发展所得税优惠政策有关事项的公告》（国家税务总局公告 2021 年第 8 号），自 2021 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日，对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，减按 12.5% 计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。

根据 2022 年 3 月 14 日财政部、税务总局下发的《关于进一步实施小微企业所得税优惠政策的公告》（财政部 税务总局公告 2022 年第 13 号），自 2022 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，对小型微利企业年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 25%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。

根据 2023 年 3 月 26 日财政部、税务总局下发的《关于小微企业和个体工商户所得税优惠政策的公告》（财政部、税务总局公告 2023 年第 6 号），自 2023 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，减按 25%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。

根据 2023 年 8 月 2 日财政部、税务总局下发的《关于进一步落实支持个体工商户发展个人所得税优惠政策有关事项的公告》（财政部、税务总局公告 2023 年第 12 号），对小型微利企业减按 25%计算应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税政策，延续执行至 2027 年 12 月 31 日。

报告期内，子公司牧浴家居按小型微利企业享受 20%的所得税优惠税率；子公司壹捌伍捌和玫

瑰岛定制 2023 年度及 2024 年度按小型微利企业享受 20%的所得税优惠税率。

(三) 其他披露事项

无。

七、 会计政策、估计变更及会计差错

(一) 会计政策变更

√适用 □不适用

1. 会计政策变更基本情况

单位：元

期间/时点	会计政策变更的内容	审批程序	受影响的报表项目名称	原政策下的账面价值	新政策下的账面价值	影响金额
2024 年	《企业会计准则解释第 17 号》	国家统一会计制度要求，不涉及内部审议程序	对报表项目无影响			
2024 年	《企业会计准则解释第 18 号》	国家统一会计制度要求，不涉及内部审议程序	具体影响详见下文“具体情况及说明”			

具体情况及说明：

公司自 2024 年 1 月 1 日起执行财政部颁布的《企业会计准则解释第 18 号》“关于不属于单项履约义务的保证类质量保证的会计处理”规定，并对可比期间信息进行追溯调整。具体调整情况如下：

单位：元

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目	2023 年度	
		合并	母公司
将保证类质保费用从销售费用中重分类至营业成本	营业成本	3,252,689.74	3,252,689.74
	销售费用	-3,252,689.74	-3,252,689.74

(续)

单位：元

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目	2022 年度	
		合并	母公司
将保证类质保费用从销售费用中重分类至营业成本	营业成本	3,079,591.75	3,070,876.98
	销售费用	-3,079,591.75	-3,070,876.98

(续)

单位：元

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目	2023 年度	
		合并	母公司
将保证类质保费用从销售费用中重分类至营业成本	购买商品、接受劳务支付的现金	3,252,689.74	3,252,689.74
	支付其他与经营活动有关的现金	-3,252,689.74	-3,252,689.74

(续)

单位：元

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目	2022 年度	
		合并	母公司
将保证类质保费用从销售费用中重分类至营业成本	购买商品、接受劳务支付的现金	3,079,591.75	3,070,876.98
	支付其他与经营活动有关的现金	-3,079,591.75	-3,070,876.98

2. 首次执行新金融工具准则、新收入准则、新租赁准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

☐适用 ☒不适用

(二) 会计估计变更

☐适用 ☒不适用

(三) 会计差错更正

☒适用 ☐不适用

1. 追溯重述法

☒适用 ☐不适用

单位：元

期间	会计差错更正的内容	批准程序	受影响的各个比较期间报表项目名称	累积影响数
2023 年度	将废料成本从其他业务成本中调整至主营业务成本	第一届董事会第六次会议、第一届监事会第五次会议、2024 年年度股东会会议	其他业务成本	-5,000,271.23
			主营业务成本	5,000,271.23
2022 年度	将废料成本从其他业务成本中调整至主营业务成本	第一届董事会第六次会议、第一届监事会第五次会议、2024 年年度股东会会议	其他业务成本	-3,300,673.96
			主营业务成本	3,300,673.96

具体情况及说明：

公司为更好地体现主营产品毛利率情况，对公司废料成本核算由按照对应原材料月末一次加权平均发出价作为废料的成本变更为按照上月废料的平均销售价格作为其入库单位成本核算，调整后对财务报表项目无影响，仅影响营业成本中的主营业务成本与其他业务成本。

前期会计差错对比较期间财务报表主要数据的影响如下：

单位：元

项目	2023 年 12 月 31 日和 2023 年年度			
	调整前	影响数	调整后	影响比例
资产总计	724,223,661.68	0.00	724,223,661.68	0.00%
负债合计	288,939,473.50	0.00	288,939,473.50	0.00%
未分配利润	164,593,863.89	0.00	164,593,863.89	0.00%
归属于母公司所有者权益合计	435,284,188.18	0.00	435,284,188.18	0.00%
少数股东权益	0.00	0.00	0.00	0.00%
所有者权益合计	435,284,188.18	0.00	435,284,188.18	0.00%
营业收入	775,885,950.65	0.00	775,885,950.65	0.00%
净利润	95,403,310.85	0.00	95,403,310.85	0.00%
其中：归属于母公司所有者的净利润	95,403,310.85	0.00	95,403,310.85	0.00%
少数股东损益	0.00	0.00	0.00	0.00%
项目	2022 年 12 月 31 日和 2022 年年度			
	调整前	影响数	调整后	影响比例
资产总计	733,539,264.24	0.00	733,539,264.24	0.00%
负债合计	331,540,686.42	0.00	331,540,686.42	0.00%
未分配利润	309,049,070.02	0.00	309,049,070.02	0.00%
归属于母公司所有者权益合计	401,998,577.82	0.00	401,998,577.82	0.00%
少数股东权益	0.00	0.00	0.00	0.00%
所有者权益合计	401,998,577.82	0.00	401,998,577.82	0.00%
营业收入	752,444,899.45	0.00	752,444,899.45	0.00%
净利润	108,233,948.50	0.00	108,233,948.50	0.00%
其中：归属于母公司所有者的净利润	108,233,948.50	0.00	108,233,948.50	0.00%
少数股东损益	0.00	0.00	0.00	0.00%

2. 未来适用法

☐适用 ☒不适用

八、 发行人资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

（一） 财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况

☒适用 ☐不适用

财务报告审计截止日至本招股说明书签署日，公司总体经营情况良好，经营模式未发生重大不

利变化；公司与主要客户、供应商合作情况良好，未出现重大不利变化；董事、监事和高级管理人员未发生重大不利变化；公司所处行业及市场发展情况良好，未出现重大不利变化，未发生其他可能影响投资者判断的重大事项。

财务报告审计截止日后至本招股说明书签署日，公司经营情况稳定，主要经营模式未发生重大变化，主要客户和供应商的构成及其他可能影响投资者判断的重大事项等方面未发生重大变化，未发生对经营情况和未来经营业绩造成重大不利影响的事项。

公司财务报告审计截止日为 2024 年 12 月 31 日，公司 2025 年 1-3 月业绩情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-3 月	2024 年 1-3 月	变动率
营业收入	16,349.03	15,173.24	7.75%
归属于母公司所有者的净利润	1,044.68	801.77	30.30%

注：上表中的 2025 年 1-3 月数据已经会计师审阅，该数据不构成盈利预测。

（二） 重大期后事项

☐适用 ☒不适用

（三） 或有事项

☐适用 ☒不适用

（四） 其他重要事项

☐适用 ☒不适用

九、 滚存利润披露

☒适用 ☐不适用

根据公司 2025 年 5 月 6 日召开的第一届董事会第七次会议、2025 年 6 月 6 日召开的 2025 年第二次临时股东大会会议决议，公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市前滚存利润分配方案如下：公司本次发行前滚存的未分配利润由本次发行上市后的新老股东按发行完成后各自所持公司股份比例共享。

第九节 募集资金运用

一、募集资金概况

（一）募集资金投资项目

公司本次发行实际募集资金扣除相应的发行费用后，将用于本次募集资金投资项目。本次募集资金投资计划经公司于 2025 年 5 月 6 日召开的第一届董事会第七次会议及于 2025 年 6 月 6 日召开的 2025 年第二次临时股东大会审议通过，由董事会负责实施，用于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目名称	总投资	拟用本次募集资金投入金额	项目备案情况	环评批复情况
1	定制家居产品研发及产业化技术改造项目	定制家居生产基地建设项目（一期）	31,813.07	20,000.00	2504-442000-04-02-816481	中（港）环建表（2025）0011 号
		总部大楼、研发中心及信息化建设项目	11,178.94	7,000.00		
		品牌推广及营销展示中心建设项目	7,484.71	5,000.00		
2	补充流动资金		5,000.00	5,000.00	-	-
合计			55,476.72	37,000.00		

本次发行募集资金到位前，公司将根据募投项目的实际进度，先行以自筹资金支付项目所需款项，待募集资金到位后予以置换。本次发行募集资金到位后，若实际募集资金净额少于上述项目所需资金总额，则不足部分由公司通过自有资金或其他方式自筹解决；如募集资金超过项目投资所需，则剩余部分用于补充公司主营业务相关的营运资金。

（二）募集资金专户存储安排

公司已根据相关法律、法规制定了《募集资金管理制度》，建立了募集资金专项存储制度，明确了募集资金存储、使用和管理的内部控制制度，确保本次募集资金的规范使用与管理。募集资金将存放于董事会决定的专户集中管理，专款专用，公司将在募集资金到位后与保荐机构以及存放募集资金的商业银行签订三方监管协议。

（三）募集资金投资项目实施后对公司独立性的影响

根据公司现有的管理水平、技术水平、人员配置及采购、销售、运营体系，公司有能力独立实施本次募集资金投资项目，并保障项目投产后的有效运营和实现经济效益。

本次募集资金投资项目不会使公司与关联方产生同业竞争，也不会对公司的独立性产生不利影响。

（四）募集资金投向符合国家产业政策、法律及法规

公司本次募集资金投向符合国家政策导向，不存在持有交易性金融资产和可供出售的金融资产、借予他人、委托理财等财务性投资的计划，也不存在直接或间接投资于以买卖有价证券为主要业务的公司的计划。公司本次发行募集资金投资项目已经履行了项目备案、环境影响评价等程序，相关土地使用权证仍在办理中。

公司本次公开发行股票募集资金用途不存在违反国家产业政策、投资管理、环境保护、土地管理以及其他法律法规和规章规定的情形。

二、募集资金运用情况

（一）定制家居生产基地建设项目（一期）

1、项目概况

公司基于现有技术水平，结合产品市场发展前景，新建现代化生产基地，进一步优化公司生产布局，提升生产效率，满足市场需求，提高公司的盈利水平。项目规划年产能淋浴房 38 万套、全景门 11 万套、浴室柜 6 万套，通过引入智能化生产管理系统和柔性化生产线，项目将显著提升生产效率，缩短交货周期，同时确保产品质量的稳定性和一致性。

项目投资财务内部收益率所得税后为 19.40%，项目所得税后投资回收期为 6.87 年（含建设期）。

2、项目投资概算

单位：万元

序号	工程或费用名称	投资估算		总投资	占总投资比例
		T+1	T+2		
1	建设投资	14,880.48	13,639.10	28,519.58	89.65%
1.1	工程费用	13,428.08	13,241.84	26,669.92	83.83%
1.1.1	建筑工程费	13,428.08	-	13,428.08	42.21%
1.1.2	软硬件设备购置及安装费	-	13,241.84	13,241.84	41.62%
1.2	工程建设其他费用	1,049.56	-	1,049.56	3.30%
1.3	预备费	402.84	397.26	800.1	2.52%
2	铺底流动资金	339.97	2,953.52	3,293.49	10.35%
3	项目总投资	15,220.45	16,592.62	31,813.07	100.00%

3、项目建设进度安排

本项目的计划建设周期为 3 年，具体实施进度安排如下：

序号	项目	T+1	T+2	T+3

			Q1	Q2	Q3	Q4	
1	工程规划设计、基础设施建设及装修						
2	设备安装调试						
3	员工招聘及培训						
4	试运行并投产						

4、项目实施的必要性

（1）优化生产布局，提高生产效率

随着订单量的不断增加，公司中山基地现有的生产设备和生产线在旺季已达到满负荷生产状态，可能影响产品的交付周期和质量稳定性。此外，由于生产空间的局限，生产动线难以进一步优化及调整，导致生产过程中的物流成本增加，生产效率受到制约。通过建设新的生产基地，可以按照现代化的生产理念和工艺流程进行科学规划，合理布局生产线，减少不必要的物流搬运，提高生产空间的利用率，从而有效突破现有的生产瓶颈，提升整体生产效率。

同时，新的生产基地将引入先进的生产设备和智能化生产管理系统，能够快速实现生产计划的调整和生产线的切换，满足不同客户的个性化需求。同时，智能化生产管理系统可以实时监控生产过程中的各项数据，及时发现和解决生产中的问题，进一步提高生产效率和产品质量，提升公司对市场变化的响应速度。公司通过建设新的生产基地，可以突破现有的生产瓶颈，提升生产灵活性与响应速度，提高生产协同效应，全面提升生产管理水平，为公司的可持续发展奠定坚实基础。

（2）通过技术创新和产品升级，提升企业竞争力

消费者对智能、环保、个性化产品需求激增。公司现有产线无法满足产品的智能化升级以及拓展更多的产品品类。新基地将配置纳米涂层喷涂线、智能模块组装线等设备，不断提升产品智能化水平，契合公司“高端化+套系化”战略，避免陷入低端红海竞争。

另外，公司一直注重产品的设计和研发，通过建设新的生产基地，可以进一步加强与设计团队的合作，实现设计与生产的无缝对接，更快地将创新设计理念转化为实际产品。同时，新的生产基地将具备更强的定制化生产能力，能够根据客户的个性化需求，提供定制化的家居产品，满足不同客户的独特需求，从而在市场中形成差异化竞争优势。

5、项目的用地情况

本项目实施地址为中山市港口镇胜隆社区港萃路1号的新建1号厂房及配套建筑物及用地，建筑面积合计54,640.40平方米。

（二）总部大楼、研发中心及信息化建设项目

1、项目概况

本项目拟新建总部办公及研发大楼，配备先进的研发设备与信息化系统，围绕淋浴房、全景门

等核心产品开展研发课题，提升产品性能、智能化与市场竞争力。同时，项目将进一步推进零售、大宗、出口等业务的数字化转型升级。项目建成后，将显著提升公司的研发能力和市场响应速度，助力公司在激烈的市场竞争中保持优势。

2、项目投资概算

单位：万元

序号	项目	投资估算		总投资	占总投资比例
		T+1	T+2		
1	建设投资	7,340.72	3,838.22	11,178.94	100.00%
1.1	工程费用	6,813.66	3,620.96	10,434.62	93.34%
1.1.1	建筑工程费	6,813.66	-	6,813.66	60.95%
1.1.2	软硬件设备购置及安装费	-	3,620.96	3,620.96	32.39%
1.2	工程建设其它费用	118.24	-	118.24	1.06%
1.3	预备费	408.82	217.26	626.08	5.60%
2	项目总投资	7,340.72	3,838.22	11,178.94	100.00%

3、项目建设进度安排

本项目的计划建设周期为3年，具体实施进度安排如下：

序号	项目	T+1	T+2	T+3
1	工程设计、土建施工及装修			
2	设备购置及安装			
3	人员招聘培训			
4	课题研究			

4、项目实施的必要性

(1) 适应行业发展和市场需求

家居行业竞争激烈，消费者对家居产品的需求日益多样化和个性化。通过研发及信息化升级，公司能够更快速地推出符合市场需求的新产品，提高产品的创新性和差异化程度，从而在市场竞争中占据优势。年轻一代消费者逐渐成为消费主力军，他们更加注重消费体验，包括产品的品牌形象、创新设计、产品质量等，通过研发升级，公司可以加大产品持续创新设计的力度，加强产品质量控制，满足年轻消费者的需求，提升品牌与年轻消费者的契合度，进而逐步培养消费者的品牌忠诚度。

此外，消费者对家居产品的定制化需求越来越高，研发及信息化升级能够帮助公司实现从设计、生产到交付的全流程定制化服务，提高消费者满意度和忠诚度。公司作为国内淋浴房行业头部企业，通过研发及信息化升级，可以更好地满足消费者的定制化需求，进一步巩固其市场地位。

(2) 公司自身发展的需求

信息化升级可以实现生产过程的自动化和智能化，提高生产效率，提升柔性化生产能力，降低

生产成本。同时，通过研发升级，引入智能家居技术，提高产品的智能化水平，提升产品的附加值和竞争力。此外，信息化系统能够实现公司内部各部门之间的信息共享和协同工作，优化管理流程，提高决策的科学性和及时性，例如，公司可以通过信息化系统实现对生产、销售、库存等环节的实时监控和数据分析，及时发现问题并进行调整，提高公司的运营效率和管理水平。此外，信息化升级还可以帮助公司更好地进行成本控制和预算管理，提高公司的经济效益。

(3) 深化产业链协作，促进成果转化

总部大楼及研发中心将作为公司科研成果转化的重要基地，为新产品的中试、生产提供场地和设备支持。通过与合作伙伴、科研院校的协同研发，能够更好地整合资源，实现优势互补，共同推动行业的发展。通过加强研发与生产的紧密结合，能够加快科研成果的转化速度，将研发成果更快速地转化为实际生产力，提高公司的经济效益。

5、项目的用地情况

本项目实施地址为中山市港口镇胜隆社区港萃路1号的新建总部大楼及研发中心，建筑面积合计17,034.15平方米。

(三) 品牌推广及营销展示中心建设项目

1、项目概况

项目拟建设品牌展示中心，配备先进的软硬件设备，打造智能化、场景化的全屋空间体验。通过搭建高规格的产品展厅，为客户提供最新产品及最真实的产品现场体验。同时，项目将通过线上线下结合的方式，加强品牌推广与渠道拓展，包括与国际知名卫浴品牌、头部房地产、酒店集团及家装公司合作、加大新媒体投放力度、举办品牌活动等。通过项目的实施，公司将显著提升品牌知名度与市场覆盖率，优化营销网络体系，增强客户体验与满意度，为公司的持续发展奠定坚实基础。

2、项目投资概算

单位：万元

序号	项目	投资估算			总投资	占总投资比例
		T+1	T+2	T+3		
1	建设投资	3,872.94	491.77	-	4,364.71	58.32%
1.1	工程费用	3,650.18	468.35	-	4,118.53	55.03%
1.1.1	建筑工程费	3,650.18		-	3,650.18	48.77%
1.1.2	软硬件设备购置及安装费	-	468.35		468.35	6.26%
1.2	工程建设其它费用	40.25			40.25	0.54%
1.3	预备费用	182.51	23.42	-	205.93	2.75%
2	推广费用	1,040.00	1,040.00	1,040.00	3,120.00	41.68%
3	项目总投资	4,912.94	1,531.77	1,040.00	7,484.71	100.00%

3、项目建设进度安排

本项目的计划建设周期为 3 年，具体实施进度安排如下：

序号	项目	T+1	T+2	T+3
1	场地租赁			
2	硬件软件采购与安装			
3	人员招聘			
4	广告推广			

4、项目实施的必要性

（1）提升品牌形象和竞争力

品牌推广及营销展示中心建设项目将进一步提升品牌的知名度和美誉度，树立高端、专业、可信赖的品牌形象。项目的实施，可使公司制定更加精准的品牌定位和营销策略，深入了解消费者需求和市场趋势，从而更好地满足消费者对高品质、个性化、智能化家居产品的需求。

新建智能展厅将打造“全屋空间场景化体验”，通过实景展厅+数字建模的方式呈现公司各类产品与不同家装风格的适配效果，强化消费者对“技术领先”的直观认知。针对大宗客户，展厅设置 B2B 专区，模拟精装楼盘卫浴样板间，提供数据化选配方案，助力房地产企业、酒店等客户决策效率。线上端，公司将在抖音、小红书等平台依托 KOL 种草内容等方式实现客户触达效果。

（2）加强渠道拓展

在当前的市场环境下，销售渠道的拓展对于公司的业务增长至关重要。当前经销商内容输出能力参差不齐，可能导致品牌及产品信息传递失真。品牌推广及营销展示中心建设项目有助于加强渠道拓展，提升市场覆盖率。玫瑰岛可以与各头部家装/整装公司建立战略合作关系，共同开拓整装渠道，实现全渠道发展。同时，还可以加大对新零售线上投流力度，助力终端精准获取流量。通过总部运营中心及品牌升级项目的建设，可以更好地整合线上线下资源，提升渠道拓展能力，进一步扩大市场份额。此外，公司还可以通过总部运营中心及品牌升级项目，加强与经销商的合作，提供更好的支持和服务，提升经销商的销售能力和积极性，共同推动品牌的发展。

5、项目的用地情况

本项目实施地址为中山市港口镇胜隆社区港萃路 1 号的新建总部大楼内，建筑面积合计 7,300.35 平方米。

（五）补充流动资金

公司综合考虑自身经营特点、战略规划、财务状况及行业发展趋势等，拟将本次募集资金中 5,000.00 万元用于补充流动资金，满足公司日常营运资金需求，增强公司的竞争力。

由于公司业务规模逐步扩大，运营成本不断上升，公司对日常营运资金的需求也将持续增加。

本次募集资金用于补充流动资金后，将有利于改善公司财务结构，进一步增强公司的资金实力，提升公司盈利能力、偿债能力和抗风险能力，促进公司可持续发展。

三、 历次募集资金基本情况

报告期内，发行人不存在募集资金的情况，亦不存在使用报告期前募集资金的情况。

四、 其他事项

（一）公司未来总体发展战略及规划

公司未来发展将依托“金属+玻璃”的核心研发与制造优势，坚持“多品牌+多品类+全渠道”的战略布局，凭借核心专利及创新成果，持续引领行业技术革新。

在品牌建设方面，通过实施多品牌矩阵策略——以“1858 高定家居”服务高端客群，以“ROSERY 玫瑰岛”主攻中高端市场，以“MOKYU 牧浴”覆盖年轻化、高性价比市场，精准满足差异化需求。产品方面，以淋浴房、全景门、浴室柜为核心，不断丰富产品种类，优化产品结构，推动产品向智能化转型升级，形成以“金属+玻璃”为核心的全屋空间定制生态。渠道方面，基于深化现有零售、大宗、出口渠道的基础上，积极开拓酒店业务渠道以及自有品牌出海业务，不断寻求公司新的增长点。在智能制造与信息化方面，持续推进公司智能化、数字化转型，打造业内领先的大规模、柔性化智能制造示范工厂。

公司将通过技术突破、场景创新与可持续发展，重塑家居空间价值，致力于打造全球领先的定制家居品牌，推动行业向高端化、智能化、绿色化转型升级。

（二）业务发展目标

首先，公司将进行产能提升与扩建，建设高规格的现代化厂房，引入先进的生产线设备，提升公司智能制造水平，提高公司生产效率；其次，公司将持续深化在新产品、新材料、新技术、新工艺等方面的研究开发，并在建设高规格的研发中心，加大研发投入，推动产品向智能化转型升级；再次，公司将持续拓展业务渠道布局，加大对空白市场以及下沉市场招商力度，拓展新零售及电商渠道，积极开发酒店、文旅等领域的客户，并在海外发展销售网络，实现海外战略地区的全面布局；最后，公司将不断提升企业经营管理及信息化水平，不断引入高水平人才，增强公司核心竞争力和可持续发展能力。

（三）已采取及将要采取的手段

1、产能提升与扩建计划

随着公司近年来业务的持续增长，产能利用率一直维持在较高水平，且公司所处行业淡旺季较为明显，在年底订单出货高峰期，产能及场地趋于紧张。公司募集资金主要用于“定制家居生产基地建设项目（一期）”，通过建设高标准的现代化工厂、引进先进的生产线设备、提升自动化和智能化水平，打造业内领先的大规模、柔性化智能制造示范工厂。产能扩建计划的推行将有利于进一步提升公司的生产效率和交付速度，推动公司业务规模和盈利能力的快速发展。

2、持续拓展营销渠道计划

公司继续坚持“零售+大宗+出口”齐头并进的可持续发展战略。零售业务渠道方面，公司将利用品牌、产品、服务等优势，持续夯实和优化现有经销渠道，并加大空白市场尤其是下沉市场的招商选商力度，实现国内市场广度和深度覆盖，挖掘更多下沉市场消费水平升级带来的个性化定制家居消费需求。同时，加大新零售及电商渠道、家装渠道、设计师渠道、社区店的建设，触达更多终端客户，构建一个更完整、辐射能力更强的终端营销体系。大宗业务渠道方面，在现有优质地产客户的基础上，积极开拓酒店、文旅等优质客户，与各领域的头部企业开展深度战略合作。出口业务方面，通过参加国际展会等途径，积极开发海外客户，同时招募海外经销商，将国内零售网络复制到海外，实现自有品牌出海。

3、信息化建设计划

作为定制家居企业，公司始终高度重视信息化建设，未来计划对现有的信息化管理系统进行全面升级和改造。公司将以“数据驱动、精益运营”为核心，聚焦现有系统的深度整合、数据资产价值挖掘及业务智能化赋能，通过优化升级逐步实现从“信息化协同”向“数智化决策”跃迁。优化核心信息系统接口，消除数据孤岛，完成互联互通，以实现大规模、柔性化智能制造。同时逐步建立与经销商、供应商的信息化管理体系，打通数据壁垒，与经销商、供应商形成相互促进、相互支持的良好产业生态。构建全域客户数据平台，整合经销商门店、电商、售后服务等多渠道数据，通过客户分群模型与消费行为分析，实现精准营销与提升复购率。持续优化前后端一体化营销系统，帮助经销商轻松设计、轻松出图、一键报价、一键下单，通过数字化转型，大大降低拆单生产过程中的出错率，大幅缩短交期，并能实时追踪订单生产进度及物流情况，大大提升前端成交率和客户满意度。探索与生态伙伴的数据协同，基于智能家居场景需求反哺产品创新，推动从“全屋定制”向“全屋智能解决方案”升级。

4、研发、设计创新计划

公司始终重视产品的研发及设计，注重产品的升级和创新，在现有研发及设计的基础上，公司将继续加大自主创新力度，巩固公司技术的行业领先地位。公司将在集团总部建设高规格的研发中心，引入高水平的研发和检测设备以及高水平研发人员，同时加强与高等院校、研发机构的合作与交流，整合产、学、研资源优势，通过自主研发与合作开发并举的方式，持续提升公司新产品、新材料、新技术、新工艺等领域的研发水平。公司将紧跟市场和新消费群体的需求，不断研发智能化、

节能环保等高端产品，持续提升产品的技术附加值，优化公司产品结构，引领行业发展。

5、人力资源发展计划

人力资源是公司最重要的战略资源，是公司发展的第一要素。公司将进一步加快人才引进，引入专业的管理人才提升公司的管理水平，引入优秀的技术人才和设计人才，增强公司核心技术储备，提升公司技术创新能力。公司将持续提供具有竞争力的薪酬待遇、建立健全绩效激励和股权激励等制度吸引各层次人才，满足公司对人力资源的需求。

第十节 其他重要事项

一、 尚未盈利企业

截至本招股说明书签署日，公司已实现盈利且不存在未弥补亏损。

二、 对外担保事项

☒ 适用 ☐ 不适用

单位：元

担保对象	关联关系	担保金额	担保余额	实际履行担保责任的金额	担保期间		担保类型	责任类型	是否履行必要决策程序
					起始日期	终止日期			
玫瑰岛科技	是	94,500,000.00	0	0	2021年5月13日	2024年5月14日	保证	连带	已事前及时履行
总计	-	94,500,000.00	0	0	-	-	-	-	-

其他披露事项：

上述担保系发行人为全资子公司玫瑰岛科技向中国农业银行股份有限公司台山市支行申请贷款提供的最高额保证责任担保，担保债权最高额为 9,450.00 万元。截至报告期末，上述对外担保合同已终止，不存在债务人无法履行到期债务从而需要发行人承担担保责任的情况。

对外担保事项对公司的影响：

不存在对公司的财务状况和经营成果产生不利影响的情况。

三、 可能产生重大影响的诉讼、仲裁事项

☐ 适用 ☒ 不适用

《全国中小企业股份转让系统挂牌公司信息披露规则》第四十七条规定：“挂牌公司应当及时披露下列重大诉讼、仲裁：（一）涉案金额超过 200 万元，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 10%以上；（二）涉及挂牌公司股东会、董事会决议被申请撤销、确认不成立或者宣告无效的诉讼。”

《北京证券交易所股票上市规则》第 8.3.2 条规定：“上市公司应当及时披露下列重大诉讼、仲裁：（一）涉案金额超过 1,000 万元，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 10%以上；（二）涉及公司股东会、董事会决议被申请撤销、确认不成立或者宣告无效的诉讼；（三）证券纠纷代表人诉讼；（四）可能对公司控制权稳定、生产经营或股票交易价格产生较大影响的其他诉讼、仲裁；（五）本所认为有必要的其他情形。”

根据上述重大诉讼认定标准，报告期内公司不存在重大诉讼情况。报告期内，发行人发生的诉讼对发行人股权结构、财务状况、经营成果、业务活动、未来前景等不存在可能产生重大影响的情况。

四、 控股股东、实际控制人重大违法行为

报告期内，公司控股股东、实际控制人不存在重大违法行为。

五、 董事、监事、高级管理人员重大违法行为

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员不存在重大违法行为。

六、 其他事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在其他对公司产生重大影响的重要事项。

第十一节 投资者保护

一、公司投资者关系的主要安排

（一）信息披露制度和流程

为保证投资者及潜在投资者的合法权益，促进公司规范经营，公司根据《公司法》《证券法》等有关法律法规规定，公司制定了北交所上市后适用的《董事会秘书工作细则》《信息披露管理制度》等信息披露相关制度，对公司信息披露基本原则和要求、定期报告、临时报告、信息披露的程序、信息披露相关主体的职责等内容进行了详细规定，有利于规范公司的信息披露行为，加强公司与投资者之间的交流沟通，维护中小投资者获取公司信息的权利。

（二）投资者沟通渠道的建立情况

为方便投资者关系管理，增强发行人与投资者关系，切实维护投资者的合法知情权，发行人已建立如下沟通渠道：

投资者沟通部门	董事会办公室
投资者沟通负责人	董事会秘书李龙
投资者沟通电话	0760-88414444
投资者沟通邮箱	invest@rosery.cn
投资者沟通传真	0760-88438492
发行人网址	https://www.rosery.cn

（三）未来开展投资者关系管理的规划

根据《公司法》《证券法》等法律、法规，公司制定了北交所上市后适用的《投资者关系管理制度》。公司注重与投资者的沟通与交流，未来将依照《投资者关系管理制度》等相关制度切实开展投资者关系构建、管理和维护，为投资者和公司搭建起畅通的沟通交流平台，确保了投资者公平、及时地获取公司公开信息。

二、本次发行上市后的股利分配政策和决策程序

（一）本次发行完成前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序

发行人第一届董事会第七次会议和 2025 年第二次临时股东大会审议通过了《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市前滚存利润分配方案的议案》，拟将公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市前滚存未分配利润，由公开发行并上市后登记在册的新股东与原股东按发行后的持股比例共享。

（二）发行后的股利分配政策和决策程序

根据北交所上市后适用的《公司章程（草案）》及《利润分配管理制度》，公司本次发行上市后的主要股利分配政策如下：

1、利润分配原则

公司的利润分配重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展，公司利润分配政策应保持一定的连续性和稳定性。公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营的能力。

2、利润分配形式

公司采取积极的现金或股票股利分配政策并依据法律法规及监管规定的要求切实履行股利分配政策，公司应当优先采用现金分红的利润分配方式。在公司现金流满足公司正常经营和发展规划的前提下，公司原则上每年进行现金分红。在有条件的情况下，公司可以进行中期现金分红。公司召开年度股东会审议年度利润分配方案时，可审议批准下一年中期现金分红的条件、比例上限、金额上限等。年度股东会审议的下一年中期分红上限不应超过相应期间归属于公司股东的净利润。董事会根据股东会决议在符合利润分配的条件下制定具体的中期分红方案。

3、现金分红的具体条件和比例

公司年度盈利且提取法定公积金及弥补以前年度亏损后可分配利润为正值，公司无重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金项目除外），现金流充裕，实施现金分红不会影响公司后续正常生产经营对资金需求情况下，且审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告，公司应当采取现金分红进行利润分配。若公司上一会计年度可分配利润为负或审计机构对公司上一会计年度财务报告出具非标准意见的审计报告，公司当年将不进行现金分红。公司在满足上述规定的应当进行现金分红的条件时，以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 10%，公司最近三年以现金形式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的 30%。

重大投资计划或重大现金支出是指以下情形之一：

（1）公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%，且绝对金额超过 5,000 万元；

（2）公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%。

在满足现金分红条件下，公司进行利润分配时，公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利

利润分配中所占比例最低应达到 80%;

(2) 公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的, 进行利润分配时, 现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%;

(3) 公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的, 进行利润分配时, 现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%; 公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的, 可以按照前项规定处理。

4、公司发放股票股利的具体条件

公司在经营情况良好, 并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时, 可以在满足上述现金分红的条件下, 提出股票股利分配预案。公司采用股票股利进行利润分配的, 应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

5、公司利润分配方案的决策程序和机制

公司董事会应根据届时公司偿债能力、业务发展情况、经营业绩等因素, 以实现股东合理回报为出发点, 制订公司当年的利润分配预案。利润分配预案经二分之一以上独立董事以及二分之一以上监事同意后, 并经全体董事过半数以上表决通过后提交股东会审议。出席股东会的股东(包括股东代理人)所持表决权的二分之一以上表决同意的即为通过。

在符合前项规定现金分红条件的情况下, 董事会根据公司生产经营情况、投资规划和长期发展等需要, 未作出现金分红预案的, 董事会应当做出详细说明。此外, 公司应当在定期报告中披露未分红的原因、未用于分红的资金留存公司的用途。

股东会对利润分配预案进行审议前, 应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流, 可通过常设电话、公司网站专栏或召开论证会等方式, 充分听取中小股东的意见和诉求, 及时答复中小股东关心的问题, 与中小股东就利润分配预案进行充分讨论和交流。

公司独立董事可以在股东会召开前向公司社会公众股股东征集其在股东会上的投票权, 独立董事行使上述职权应当取得全体独立董事的二分之一以上同意。

6、利润分配政策的调整

公司应当严格执行公司章程确定的现金分红政策以及股东会审议批准的现金分红具体方案, 如遇到战争、自然灾害等不可抗力、或者公司外部经营环境变化并对公司生产经营造成重大影响, 或公司自身经营状况发生较大变化的, 公司可对利润分配政策进行调整, 调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。有关调整利润分配政策的议案, 经公司董事会、监事会审议后方可提交公司股东大会审议, 并在股东会提案中详细论证和说明原因, 利润分配政策变更的议案需经出席股东会的股东所持表决权的 2/3 以上通过, 公司应当提供网络投票等方式以方便股

东参与股东会表决。

三、股东投票机制的建立情况

（一）累积投票制

根据北交所上市后适用的《公司章程（草案）》《股东会议事规则》规定，股东会就选举董事、监事进行表决时，根据公司章程的规定或者股东会的决议，可以实行累积投票制。下列情形应当采用累积投票制：（1）选举两名以上独立董事；（2）公司存在单一股东及其一致行动人拥有权益的股份比例在 30% 及以上时，选举两名及以上董事或监事。公司章程所称累积投票制，是指股东会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。

（二）中小股东单独计票机制

根据北交所上市后适用的《公司章程（草案）》《股东会议事规则》的规定，公司建立了中小股东单独计票机制。公司股东会审议下列影响中小股东利益的重大事项时，对中小股东的表决情况应当单独计票并披露：（1）任免董事；（2）制定、修改利润分配政策，或者审议权益分派事项；（3）关联交易、对外担保（不含对合并报表范围内子公司提供担保）、对外提供财务资助、变更募集资金用途等；（4）重大资产重组、股权激励、员工持股计划；（5）公开发行股票、向境内其他证券交易所申请股票转板或向境外其他证券交易所申请股票上市；（6）法律法规、部门规章、业务规则及公司章程规定的其他事项。

（三）股东会网络投票

根据北交所上市后适用的《公司章程（草案）》《股东会议事规则》的规定，公司股东会将设置会场，以现场会议形式召开。公司还将提供网络投票的方式为股东参加股东会提供便利。股东通过上述方式参加股东会的，均视为出席。

（四）征集投票权

根据北交所上市后适用的《公司章程（草案）》《股东会议事规则》的规定，公司董事会、独立董事、持有百分之一以上有表决权股份的股东或者依照法律、行政法规或者中国证监会的规定设立的投资者保护机构可以公开征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。除法定条件外，公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

第十二节 声明与承诺

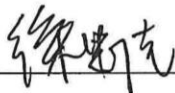
一、 发行人全体董事、监事、高级管理人员承诺

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

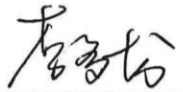
董事：



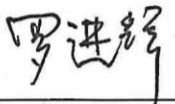
徐 伟



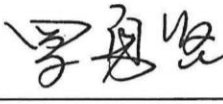
徐思佳



李多培

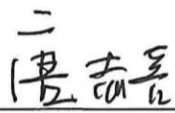


罗进辉

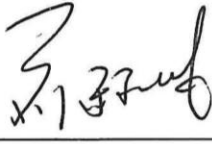


罗勇坚

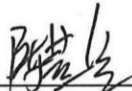
监事：



唐志喜



刘称林

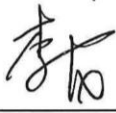


陈燕兰

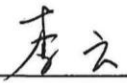
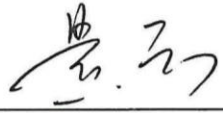
除董事以外的高级管理人员：



肖 杉



李 龙



李 云



广东玫瑰岛家居股份有限公司

2025年6月25日

二、 发行人控股股东声明

本公司或本人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

控股股东：中山市伟杉企业管理有限公司（盖章）



法定代表人（签字）：

肖杉

肖杉



广东玫瑰岛家居股份有限公司

2025年6月25日

三、 发行人实际控制人声明

本公司或本人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

实际控制人：


徐 伟


肖 杉


徐思佳



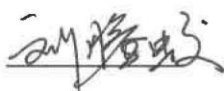
广东玫瑰岛家居股份有限公司

2025年 6月25日

四、 保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

项目协办人： 
吴中华

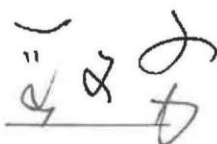
保荐代表人：  
刘腾蛟 胡家彬



四、 保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

法定代表人：



段文务



四、 保荐人（主承销商）声明

本人已认真阅读广东玫瑰岛家居股份有限公司招股说明书的全部内容,确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对招股说明书真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

总经理:



王苏望



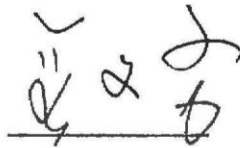
国投证券股份有限公司

2025年6月25日

四、 保荐人（主承销商）声明

本人已认真阅读广东玫瑰岛家居股份有限公司招股说明书的全部内容,确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对招股说明书真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

法定代表人、董事长:



段文务



国投证券股份有限公司
2025年6月25日

发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

负责人：



张利国

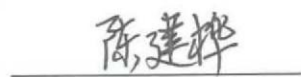
经办律师：



林铠燊



张学达



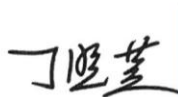
陈建桦

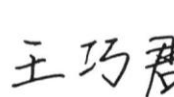


审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《广东玫瑰岛家居股份有限公司招股说明书》（以下简称招股说明书），确认招股说明书与本所出具的《审计报告》（天健审〔2024〕3-317 号、天健审〔2025〕3-382 号）、《内部控制审计报告》（天健审〔2025〕3-392 号）及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对广东玫瑰岛家居股份有限公司在招股说明书中引用的上述审计报告、内部控制审计报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对引用的上述内容的真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

 
丁晓燕

 
王巧君

天健会计师事务所负责人：

 
张立琰

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

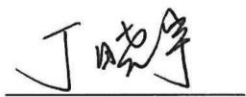
二〇二五年六月十五日



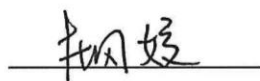
七、承担评估业务的资产评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

签字资产评估师：



丁晓宇



杜风姣

评估机构负责人：



梅惠民



银信资产评估有限公司

2025年 6 月 25 日

八、 其他声明

☐适用 ☒不适用

第十三节 备查文件

一、备查文件内容

- (一) 发行保荐书
- (二) 上市保荐书
- (三) 法律意见书
- (四) 财务报告及审计报告
- (五) 公司章程（草案）
- (六) 发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行相关的承诺事项
- (七) 内部控制审计报告
- (八) 经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表
- (九) 其他与本次发行有关的重要文件

二、备查文件查阅时间、地点

附件查阅时间：周一至周五上午 9:30 至 11:30，下午 13:30 至 16:30。

1、发行人：广东玫瑰岛家居股份有限公司

地址：广东省中山市港口镇木河迳工业区新胜六街 2 号

电话：0760-88414444

传真：0760-88438492

联系人：李龙

2、保荐机构（主承销商）：国投证券股份有限公司

地址：深圳市福田区福田街道福华一路 119 号安信金融大厦

电话：0755-81682841

传真：0755-82825319

联系人：胡家彬

第十四节 附件

一、公司无形资产附件

1、专利

截至 2024 年 12 月 31 日，公司及其子公司已取得的境内专利具体情况如下：

序号	权利人	专利名称	专利类型	专利号	申请日	取得方式	权利期限
1	玫瑰岛	置物架	实用新型	2015203996423	2015 年 6 月 10 日	原始取得	10 年
2	玫瑰岛	铰链组件及其应用的淋浴房门	实用新型	2015203991966	2015 年 6 月 10 日	原始取得	10 年
3	玫瑰岛	可挂持物件的拉手	实用新型	2015203996584	2015 年 6 月 10 日	原始取得	10 年
4	玫瑰岛	淋浴房门固定夹	实用新型	2016205077451	2016 年 5 月 27 日	原始取得	10 年
5	玫瑰岛	一种淋浴房门固定夹	实用新型	2016205114268	2016 年 5 月 27 日	原始取得	10 年
6	玫瑰岛	门框用连接件及其应用的淋浴房门	实用新型	2017202083794	2017 年 3 月 3 日	原始取得	10 年
7	玫瑰岛	一种铰链结构及其淋浴房门	实用新型	2017205370076	2017 年 5 月 16 日	原始取得	10 年
8	玫瑰岛	铰链	外观设计	2017301786092	2017 年 5 月 16 日	原始取得	10 年
9	玫瑰岛	一种铰链结构及其淋浴房门	实用新型	2017205797813	2017 年 5 月 23 日	原始取得	10 年
10	玫瑰岛	一种铰链结构及其淋浴房门	实用新型	2017211500857	2017 年 9 月 8 日	原始取得	10 年
11	玫瑰岛	一种钻石型淋浴房使用的淋浴门结构	实用新型	2017218176977	2017 年 12 月 22 日	原始取得	10 年
12	玫瑰岛	一种吊轮扣夹标准组件及其应用的三门联动淋浴门	实用新型	2018221802928	2018 年 12 月 25 日	原始取得	10 年
13	玫瑰岛	一种用于淋浴房的枢轴平开结构	实用新型	2018222247062	2018 年 12 月 28 日	原始取得	10 年
14	玫瑰岛	一种用于淋浴房的可调节吊夹及其应用的淋浴门	实用新型	2018222246623	2018 年 12 月 28 日	原始取得	10 年
15	玫瑰岛	淋浴房门	外观设计	2019300676821	2019 年 2 月 18 日	原始取得	10 年
16	玫瑰岛	一种带移动门的淋浴房	实用新型	2019207191794	2019 年 5 月 20 日	原始取得	10 年
17	玫瑰岛	一种可调节的移动式淋浴房门	实用新型	2019222781815	2019 年 12 月 18 日	原始取得	10 年
18	玫瑰岛	一种滑轮组件及其应用其的移动淋浴房门	实用新型	2020200044797	2020 年 1 月 2 日	原始取得	10 年
19	玫瑰岛	一种带枢轴平开结构	实用	2020211095839	2020 年 6 月 16 日	原始	10 年

序号	权利人	专利名称	专利类型	专利号	申请日	取得方式	权利期限
		的淋浴房	新型			取得	
20	玫瑰岛	一种带隐藏式铰链结构的淋浴房	实用新型	2020223634248	2020 年 10 月 22 日	原始取得	10 年
21	玫瑰岛	一种带缓冲结构的平开门	实用新型	2021216915966	2021 年 7 月 24 日	原始取得	10 年
22	玫瑰岛	一种应用在淋浴房的平开门	实用新型	2021216963368	2021 年 7 月 26 日	原始取得	10 年
23	玫瑰岛	一种淋浴房的平开门结构	实用新型	202121696357X	2021 年 7 月 26 日	原始取得	10 年
24	玫瑰岛	一种淋浴房使用的淋浴门结构	实用新型	2021221420215	2021 年 9 月 7 日	原始取得	10 年
25	玫瑰岛	一种无障碍淋浴房移动门	发明专利	202111347040X	2021 年 11 月 15 日	原始取得	20 年
26	玫瑰岛	一种新型连接结构的浴室柜	实用新型	2021227863503	2021 年 11 月 15 日	原始取得	10 年
27	玫瑰岛	洗浴装置（有沐有泡）	外观设计	2022303328418	2022 年 6 月 1 日	原始取得	15 年
28	玫瑰岛	一种适用于淋浴房铝型材的定长切割去角装置	发明专利	2022107841801	2022 年 7 月 5 日	原始取得	20 年
29	玫瑰岛	淋浴房移动门	实用新型	2022218513187	2022 年 7 月 18 日	原始取得	10 年
30	玫瑰岛	一种带隔板固定结构的抽屉	实用新型	2022225585692	2022 年 9 月 27 日	原始取得	10 年
31	玫瑰岛	一种墙角处的双开门折叠式淋浴房	发明专利	2022116075182	2022 年 12 月 14 日	原始取得	20 年
32	玫瑰岛	一种多活动门的折叠贴墙式淋浴房	发明专利	2022116732220	2022 年 12 月 26 日	原始取得	20 年
33	玫瑰岛	一种无地轨式防溅水淋浴房	发明专利	2023100024344	2023 年 1 月 3 日	原始取得	20 年
34	玫瑰岛	一种带有助洗功能的集成浴室柜	发明专利	202310277795X	2023 年 3 月 21 日	原始取得	20 年
35	玫瑰岛	移动门导向块组件和移动门	实用新型	2023220552875	2023 年 8 月 1 日	原始取得	10 年
36	玫瑰岛	窄边框淋浴门系统	实用新型	2023228475025	2023 年 10 月 23 日	原始取得	10 年
37	玫瑰岛	浴室柜（G28）	外观设计	2023307109202	2023 年 11 月 1 日	原始取得	15 年
38	玫瑰岛	浴室柜（GD01）	外观设计	2023307109221	2023 年 11 月 1 日	原始取得	15 年
39	玫瑰岛	浴室柜（G20）	外观设计	2023307109240	2023 年 11 月 1 日	原始取得	15 年
40	玫瑰岛	浴室柜组件（GD04）	外观设计	2023307109236	2023 年 11 月 1 日	原始取得	15 年
41	玫瑰岛	防溅水淋浴门系统	实用新型	2023232662823	2023 年 11 月 30 日	原始取得	10 年
42	玫瑰岛	防溅水机构和淋浴门	实用	2023232663775	2023 年 11 月 30 日	原始	10 年

序号	权利人	专利名称	专利类型	专利号	申请日	取得方式	权利期限
			新型			取得	
43	玫瑰岛	一种新型的淋浴房及门结构	实用新型	2023234906748	2023 年 12 月 20 日	原始取得	10 年
44	玫瑰岛	淋浴推拉门装置	实用新型	202420768428X	2024 年 4 月 12 日	原始取得	10 年
45	玫瑰岛	靠墙框条安装结构	实用新型	2024208152783	2024 年 4 月 18 日	原始取得	10 年
46	玫瑰岛	联动门机构和淋浴门	实用新型	2024208361401	2024 年 4 月 19 日	原始取得	10 年
47	玫瑰岛	浴室柜（GD05Y）	外观设计	2024302503122	2024 年 4 月 29 日	原始取得	15 年
48	玫瑰岛	浴室柜（G29Y）	外观设计	2024302503090	2024 年 4 月 29 日	原始取得	15 年
49	玫瑰岛	拉手（鹅卵石）	外观设计	2024302503118	2024 年 4 月 29 日	原始取得	15 年
50	玫瑰岛	一种基于订单信息的铝材用量需求预测方法和系统	发明专利	2024107943522	2024 年 6 月 19 日	原始取得	20 年
51	玫瑰岛科技	一种平面玻璃制造快速开孔装置	发明专利	2019108710980	2019 年 9 月 16 日	原始取得	20 年
52	玫瑰岛科技	一种卫浴玻璃自动分隔放置架	实用新型	2020215396939	2020 年 7 月 30 日	原始取得	10 年
53	玫瑰岛科技	一种方便安装的淋浴盆及其应用的淋浴房	实用新型	2020215461336	2020 年 7 月 30 日	原始取得	10 年
54	玫瑰岛科技	一种采用焊接轨道的淋浴房	实用新型	2020215397062	2020 年 7 月 30 日	原始取得	10 年
55	玫瑰岛科技	一种铰链结构及其淋浴房门	实用新型	2020215406625	2020 年 7 月 30 日	原始取得	10 年
56	玫瑰岛科技	一种淋浴盆及其应用的淋浴房	实用新型	202021548165X	2020 年 7 月 30 日	原始取得	10 年
57	玫瑰岛科技	一种纸盒折边设备	实用新型	2020218166638	2020 年 8 月 27 日	原始取得	10 年
58	玫瑰岛科技	一种快速安装的淋浴门结构	实用新型	2020218951093	2020 年 9 月 3 日	原始取得	10 年
59	玫瑰岛科技	一种铝型材隔条自动收放装置	实用新型	2020220272279	2020 年 9 月 16 日	原始取得	10 年
60	玫瑰岛科技	一种淋浴房安装调节结构	实用新型	2020220513379	2020 年 9 月 18 日	原始取得	10 年
61	玫瑰岛科技	一种淋浴房安装偏心快速收紧机构	实用新型	2020224657957	2020 年 10 月 30 日	原始取得	10 年
62	玫瑰岛科技	一种具有防止镜面边缘氧化发黑的镜子	实用新型	2020224592454	2020 年 10 月 30 日	原始取得	10 年
63	玫瑰岛科技	用于铝型材表面处理的电极杆装夹单元及电极杆装夹装置	实用新型	2020224592651	2020 年 10 月 30 日	原始取得	10 年
64	玫瑰岛科技	一种弹簧自闭铰链及其应用的淋浴房门	实用新型	2020225126419	2020 年 11 月 4 日	原始取得	10 年

序号	权利人	专利名称	专利类型	专利号	申请日	取得方式	权利期限
65	玫瑰岛科技	一种淋浴房拉杆结构	实用新型	2021222586133	2021 年 9 月 17 日	原始取得	10 年
66	玫瑰岛科技	一种隐藏式调节转轴门	实用新型	2021222585925	2021 年 9 月 17 日	原始取得	10 年
67	玫瑰岛科技	一种推拉门淋浴房	实用新型	2022203785757	2022 年 2 月 24 日	原始取得	10 年
68	玫瑰岛科技	一种带隐藏式缓冲结构的淋浴房	发明专利	2022102072973	2022 年 3 月 4 日	原始取得	20 年
69	玫瑰岛科技	一种淋浴房用的吊轮组件	实用新型	2022204587043	2022 年 3 月 4 日	原始取得	10 年
70	玫瑰岛科技	把手	外观设计	2023302082082	2023 年 4 月 17 日	原始取得	15 年
71	玫瑰岛科技	一种淋浴房的折叠门结构	实用新型	2023209355687	2023 年 4 月 23 日	原始取得	10 年
72	玫瑰岛科技	一种折叠淋浴门	实用新型	2023209356209	2023 年 4 月 23 日	原始取得	10 年
73	玫瑰岛科技	一种淋浴房的转角连接件及应用其的淋浴房	实用新型	2023210007618	2023 年 4 月 27 日	原始取得	10 年
74	玫瑰岛科技	活动门旋转开启的淋浴房	实用新型	202321034225X	2023 年 4 月 28 日	原始取得	10 年
75	玫瑰岛科技	一种防跳沐浴门	实用新型	2023210342067	2023 年 4 月 28 日	原始取得	10 年
76	玫瑰岛科技	一种沐浴间的磁条安装结构	实用新型	202321034105X	2023 年 4 月 28 日	原始取得	10 年
77	玫瑰岛科技	一种用于淋浴门的吊轮组件及其应用的淋浴门	实用新型	202321118937X	2023 年 5 月 10 日	原始取得	10 年

截至 2024 年 12 月 31 日，公司及其子公司已取得的境外专利具体情况如下：

序号	专利名称	专利权人	专利号	申请日	申请地区/国家/组织
1	一种带隐藏式缓冲结构的淋浴房	玫瑰岛科技	212022000187	2022 年 7 月 8 日	德国
2	一种淋浴房的平开门结构	玫瑰岛	212022000134	2022 年 7 月 8 日	德国
3	一种用于淋浴门的吊轮组件及其应用的淋浴门	玫瑰岛科技	202023105095	2023 年 9 月 5 日	德国
4	一种便于清洁的淋浴房双移动门结构	玫瑰岛科技	202023105097	2023 年 9 月 5 日	德国
5	靠墙框条安装结构	玫瑰岛	202024105851	2024 年 10 月 11 日	德国

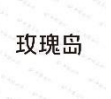
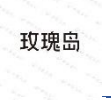
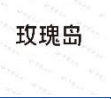
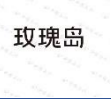
2、著作权

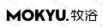
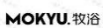
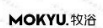
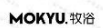
截至 2024 年 12 月 31 日，公司及其子公司取得的著作权如下：

序号	名称	登记号	取得日期	取得方式	著作权人
1	玫瑰花图形	国作登字-2023-F-00163824	2023 年 3 月 31 日	原始取得	玫瑰岛
2	玫瑰岛全景门 ROSERY 及图	国作登字-2021-F-00218637	2018 年 5 月 5 日	原始取得	玫瑰岛
3	玫瑰岛全景门	国作登字-2021-F-00218636	2018 年 5 月 5 日	原始取得	玫瑰岛
4	玫瑰岛 ROSERY 图形	国作登字-2017-F-00348529	2016 年 1 月 7 日	原始取得	玫瑰岛
5	玫瑰花图形	国作登字-2016-F-00286591	2016 年 1 月 7 日	原始取得	玫瑰岛
6	玫瑰星云图美术作品	国作登字-2015-F-00233290	2015 年 6 月 1 日	原始取得	玫瑰岛
7	“玫瑰皇后”美术作品	国作登字-2015-F-00196103	2014 年 11 月 1 日	原始取得	玫瑰岛
8	“玫瑰花语”美术作品	国作登字-2015-F-00182998	2014 年 11 月 1 日	原始取得	玫瑰岛
9	盗梦空间	2013-F-00113859	2010 年 12 月 25 日	原始取得	玫瑰岛
10	水舞天下	2013-F-00113860	2010 年 7 月 15 日	原始取得	玫瑰岛
11	玫瑰花美术作品	国作登字-2013-F-00090215	2012 年 10 月 20 日	原始取得	玫瑰岛

3、商标权

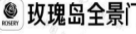
截至 2024 年 12 月 31 日，公司及其子公司取得的境内商标权如下：

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式
1		玫瑰岛	72912302	37	2024年1月7日-2034年1月6日	原始取得
2		玫瑰岛	72912267	27	2024年1月7日-2034年1月6日	原始取得
3		玫瑰岛	72901148	42	2024年1月7日-2034年1月6日	原始取得
4		玫瑰岛	72893912	19	2024年1月14日-2034年1月13日	原始取得
5		玫瑰岛	72892812	6	2024年1月14日-2034年1月13日	原始取得
6		ROSERY	72890709A	20	2024年3月7日-2034年3月6日	原始取得

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式
7		玫瑰岛	72888421	7	2024年1月14日-2034年1月13日	原始取得
8		玫瑰岛	72886788	11	2024年1月14日-2034年1月13日	原始取得
9		玫瑰岛	72880186	9	2024年1月14日-2034年1月13日	原始取得
10		牧浴	71210881	24	2023年10月21日-2033年10月20日	原始取得
11		牧浴	71208025	37	2023年10月21日-2033年10月20日	原始取得
12		牧浴	71205156	26	2023年10月21日-2033年10月20日	原始取得
13		牧浴	71203929	21	2023年12月28日-2033年12月27日	原始取得
14		MOKYU.	71203921	21	2023年10月21日-2033年10月20日	原始取得
15		MOKYU.牧浴	71202436	37	2023年10月21日-2033年10月20日	原始取得
16		MOKYU.牧浴	71201071	21	2023年12月28日-2033年12月27日	原始取得
17		牧浴	71200497	40	2023年10月21日-2033年10月20日	原始取得
18		MOKYU.	71199532	26	2023年10月21日-2033年10月20日	原始取得
19		牧浴	71199096	27	2023年10月21日-2033年10月20日	原始取得
20		MOKYU.牧浴	71198149	26	2023年10月21日-2033年10月20日	原始取得
21		MOKYU.牧浴	71198091	24	2023年10月21日-2033年10月20日	原始取得
22		MOKYU.牧浴	71194347	40	2023年10月21日-2033年10月20日	原始取得

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式
23		MOKYU.	71191625	40	2023年10月21日-2033年10月20日	原始取得
24		MOKYU.	71187656	37	2023年10月21日-2033年10月20日	原始取得
25		MOKYU.牧浴	71185172	27	2024年1月21日-2034年1月20日	原始取得
26		MOKYU.	71184877	24	2023年10月21日-2033年10月20日	原始取得
27		MOKYU.	71182208	42	2023年10月21日-2033年10月20日	原始取得
28		MOKYU.	71180928	27	2024年1月14日-2034年1月13日	原始取得
29		MOKYU.牧浴	71175246	20	2024年1月21日-2034年1月20日	原始取得
30		MOKYU.	71174835	19	2023年10月14日-2033年10月13日	原始取得
31		MOKYU.	71173879	20	2023年10月14日-2033年10月13日	原始取得
32		牧浴	71170673	20	2023年12月28日-2033年12月27日	原始取得
33		MOKYU.牧浴	71168447	19	2023年10月28日-2033年10月27日	原始取得
34		MOKYU.牧浴	71164434	11	2023年12月28日-2033年12月27日	原始取得
35		MOKYU.	71161341	11	2023年10月14日-2033年10月13日	原始取得
36		牧浴	71156597	11	2023年12月28日-2033年12月27日	原始取得
37		牧浴	71150712	19	2023年10月21日-2033年10月20日	原始取得
38		MOKYU.牧浴	71145603	9	2023年10月21日-2033年10月20日	原始取得

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式
39		MOKYU.	71139676	6	2023年10月14日-2033年10月13日	原始取得
40		牧浴	71135101	6	2023年10月14日-2033年10月13日	原始取得
41		牧浴	71134458	9	2023年10月21日-2033年10月20日	原始取得
42		MOKYU.	71132224	9	2023年10月14日-2033年10月13日	原始取得
43		MOKYU.牧浴	71132144	7	2023年12月28日-2033年12月27日	原始取得
44		牧浴	71126688	7	2023年12月21日-2033年12月20日	原始取得
45		MOKYU.牧浴	71124598	6	2023年10月14日-2033年10月13日	原始取得
46		MOKYU.	71124087	7	2023年10月7日-2033年10月6日	原始取得
47		ROSERY	71111727	26	2023年10月28日-2033年10月27日	原始取得
48		ROSERY	71109689	40	2023年12月28日-2033年12月27日	原始取得
49		ROSERY	71106660	37	2023年10月28日-2033年10月27日	原始取得
50		ROSERY	71104760	42	2023年10月28日-2033年10月27日	原始取得
51		ROSERY	71101388	27	2023年12月28日-2033年12月27日	原始取得
52		ROSERY	71053924	11	2024年1月28日-2034年1月27日	原始取得
53		ROSERY	71053619	9	2024年1月28日-2034年1月27日	原始取得
54		ROSERY	71044844A	19	2024年3月7日-2034年3月6日	原始取得

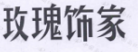
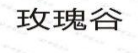
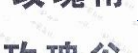
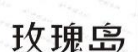
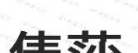
序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式
55		玫瑰岛	71044137A	20	2024年3月7日-2034年3月6日	原始取得
56	ROSERY	ROSERY	71039769	20	2024年1月28日-2034年1月27日	原始取得
57		玫瑰岛	71034185A	11	2024年2月28日-2034年2月27日	原始取得
58		玫瑰岛	71019149	7	2024年2月28日-2034年2月27日	原始取得
59	ROSERY	ROSERY	71002733	7	2024年1月14日-2034年1月13日	原始取得
60	ROSERY	ROSERY	71000635	6	2024年1月14日-2034年1月13日	原始取得
61	ROSERY	ROSERY	66309208	20	2023年7月14日-2033年7月13日	原始取得
62	欢歌卫	欢歌卫	64843780	20	2022年11月7日-2032年11月6日	原始取得
63	欢歌卫	欢歌卫	64835027	21	2022年11月7日-2032年11月6日	原始取得
64	欢歌卫	欢歌卫	64830958	19	2022年11月7日-2032年11月6日	原始取得
65	欢歌卫	欢歌卫	64826926	11	2022年11月7日-2032年11月6日	原始取得
66	欢歌卫	欢歌卫	64826901	6	2022年11月7日-2032年11月6日	原始取得
67		玫瑰岛全景门	60003006	6	2022年10月14日-2032年10月13日	原始取得
68		ROSERY	59765359	11	2022年10月21日-2032年10月20日	原始取得
69		ROSERY	59454793	6	2023年1月21日-2033年1月20日	原始取得
70		玫瑰岛全景门	56872146	6	2022年8月21日-2032年8月20日	原始取得
71		玫瑰岛全景门	56863196	19	2022年7月21日-2032年7月20日	原始取得

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式
72		玫瑰岛全景门	56862685	6	2021年12月21日-2031年12月20日	原始取得
73		玫瑰岛全景门	56855294	19	2021年12月21日-2031年12月20日	原始取得
74		ROSERY	56075300	6	2022年12月28日-2032年12月27日	原始取得
75		ROSERY	55592356	11	2023年1月14日-2033年1月13日	原始取得
76		Roserain	47343036	20	2021年8月7日-2031年8月6日	原始取得
77		玫瑰岛	47283714	35	2021年5月14日-2031年5月13日	原始取得
78		玫瑰岛	47283319	24	2021年5月28日-2031年5月27日	原始取得
79		玫瑰岛	47278786	27	2021年7月7日-2031年7月6日	原始取得
80		玫瑰岛	47276547	9	2021年3月7日-2031年3月6日	原始取得
81		玫瑰岛	47275436	37	2021年3月7日-2031年3月6日	原始取得
82		玫瑰岛	47261776	21	2021年6月14日-2031年6月13日	原始取得
83		mokyu	43001702	27	2020年8月21日-2030年8月20日	原始取得
84		mokyu	43001619	11	2020年8月14日-2030年8月13日	原始取得
85		mokyu	42998544	21	2020年8月14日-2030年8月13日	原始取得
86		mokyu	42991813	35	2020年8月14日-2030年8月13日	原始取得
87		mokyu	42991614	6	2020年8月14日-2030年8月13日	原始取得

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式
88		mokyu	42975551	20	2020年8月14日-2030年8月13日	原始取得
89		Roserain	38510476	20	2020年8月28日-2030年8月27日	原始取得
90		Roserain	38504640	11	2020年8月28日-2030年8月27日	原始取得
91		Roserain	38495708	20	2020年8月14日-2030年8月13日	原始取得
92		Roserain	38494297	11	2020年8月28日-2030年8月27日	原始取得
93		Roserain	38489062	11	2020年8月21日-2030年8月20日	原始取得
94		Roserain	38489016	20	2020年4月7日-2030年4月6日	原始取得
95		玫瑰岛	31352314	11	2019年5月7日-2029年5月6日	原始取得
96		玫瑰岛	31352245	6	2019年4月28日-2029年4月27日	原始取得
97		玫瑰岛	31341757	19	2019年4月28日-2029年4月27日	原始取得
98		ROSERY 玫瑰岛	22696377	11	2018年11月21日-2028年11月20日	原始取得
99		ROSERY	22696265	11	2018年2月21日-2028年2月20日	原始取得
100		玫瑰岛	22696149	11	2018年2月21日-2028年2月20日	原始取得
101		有沐有泡	21890833	27	2017年12月28日-2027年12月27日	原始取得
102		有沐有泡	21890738	24	2017年12月28日-2027年12月27日	原始取得
103		有沐有泡	21890630	20	2017年12月28日-2027年12月27日	原始取得
104		有沐有泡	21890532	11	2017年12月28日-2027年12月27日	原始取得
105		ROSERY 玫瑰岛	19030186	11	2017年6月14日-2027年6月13日	原始取得

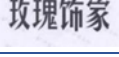
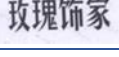
序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式
106		ROSERY	19030106	11	2017年6月14日-2027年6月13日	原始取得
107		玫瑰岛	19029885	11	2018年3月21日-2028年3月20日	原始取得
108	牧浴	牧浴	16340384	27	2016年4月7日-2026年4月6日	原始取得
109	牧浴	牧浴	16340342	26	2016年4月7日-2026年4月6日	原始取得
110	牧浴	牧浴	16340228	24	2016年3月28日-2026年3月27日	原始取得
111	牧浴	牧浴	16340182	21	2016年4月7日-2026年4月6日	原始取得
112	牧浴	牧浴	16340121	20	2016年3月28日-2026年3月27日	原始取得
113	牧浴	牧浴	16340091	19	2016年4月7日-2026年4月6日	原始取得
114	MUYU	MUYU	16339984	26	2016年5月14日-2026年5月13日	原始取得
115	MUYU	MUYU	16339974	27	2016年7月14日-2026年7月13日	原始取得
116	MUYU	MUYU	16339780	24	2016年5月14日-2026年5月13日	原始取得
117	MUYU	MUYU	16339695	19	2016年5月14日-2026年5月13日	原始取得
118	ROSERAIN	ROSERAIN	16122362	42	2016年4月7日-2026年4月6日	继受取得
119	ROSERAIN	ROSERAIN	16122275	37	2016年3月28日-2026年3月27日	继受取得
120	ROSERAIN	ROSERAIN	16122124	27	2016年10月21日-2026年10月20日	继受取得

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式
121	ROSERAIN	ROSERAIN	16122100	26	2016年11月28日-2026年11月27日	继受取得
122	ROSERAIN	ROSERAIN	16122021	24	2016年10月21日-2026年10月20日	继受取得
123	ROSERAIN	ROSERAIN	16121953	21	2016年3月28日-2026年3月27日	继受取得
124	ROSERAIN	ROSERAIN	16121809	20	2016年3月28日-2026年3月27日	继受取得
125	ROSERAIN	ROSERAIN	16121746	19	2016年3月28日-2026年3月27日	继受取得
126	ROSERAIN	ROSERAIN	16121723	11	2016年9月14日-2026年9月13日	继受取得
127	玫瑰雨	玫瑰雨	16121552	42	2016年3月14日-2026年3月13日	继受取得
128	玫瑰雨	玫瑰雨	16121479	37	2016年3月28日-2026年3月27日	继受取得
129	玫瑰雨	玫瑰雨	16121376	27	2016年9月14日-2026年9月13日	继受取得
130	玫瑰雨	玫瑰雨	16121318	26	2016年9月14日-2026年9月13日	继受取得
131	玫瑰雨	玫瑰雨	16121213	24	2016年6月21日-2026年6月20日	继受取得
132	玫瑰雨	玫瑰雨	16121096	21	2016年3月14日-2026年3月13日	继受取得
133	玫瑰雨	玫瑰雨	16121013	20	2016年3月14日-2026年3月13日	继受取得
134	玫瑰雨	玫瑰雨	16120944	19	2016年3月14日-2026年3月13日	继受取得
135	玫瑰饰家	玫瑰饰家	13987344	21	2015年9月7日-2025年9月6日	原始取得
136	玫瑰饰家	玫瑰饰家	13987343	42	2015年8月14日-2025年8月13日	原始取得
137	玫瑰饰家	玫瑰饰家	13987340	19	2015年11月21日-2025年11月20日	原始取得

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式
138		玫瑰饰家	13987339	11	2015年9月7日-2025年9月6日	原始取得
139		ROSERY 玫瑰岛	13577474	44	2015年8月21日-2025年8月20日	原始取得
140		玫瑰谷	13577405	20	2015年8月21日-2025年8月20日	原始取得
141		ROSERY 玫瑰岛	13569364	19	2015年8月21日-2025年8月20日	原始取得
142		ROSERY	11829903	11	2024年5月14日-2034年5月13日	原始取得
143		ROSERY 玫瑰岛	11768278	35	2015年8月21日-2025年8月20日	原始取得
144		玫瑰雨	11765842	11	2024年5月7日-2034年5月6日	原始取得
145		玫瑰谷	11765841	11	2024年4月28日-2034年4月27日	原始取得
146		ROSERY 玫瑰岛	11765837	6	2015年8月28日-2025年8月27日	原始取得
147		ROSERY 玫瑰岛	11505384	11	2015年4月14日-2025年4月13日	原始取得
148		牧浴	11108275	11	2023年11月7日-2033年11月6日	原始取得
149		玫瑰岛	11072129	11	2023年10月28日-2033年10月27日	原始取得
150		伟莎	10042215	11	2022年12月7日-2032年12月6日	原始取得
151		MerryDay	9994420	11	2022年12月28日-2032年12月27日	原始取得
152		美意添	9994405	11	2022年12月28日-2032年12月27日	原始取得
153		图形	8274109	11	2021年6月21日-2031年6月20日	原始取得
154		ROSERY	4351193	11	2017年5月28日-2027年5月27日	继受取得
155		玫瑰岛	72922921	24	2024年3月21日-2034年3月20日	原始取得

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式
156	玫瑰岛	玫瑰岛	72915387	40	2024年3月21日-2034年3月20日	原始取得
157		ROSERY	72893805A	11	2024年3月14日-2034年3月13日	原始取得
158		ROSERY 玫瑰岛	72888036A	11	2024年3月14日-2034年3月14日	原始取得
159		1858	52474456A	6	2021年10月28日-2031年10月27日	继受取得
160		1858	52462761	27	2021年8月14日-2031年8月13日	继受取得
161		1858	52452744	35	2021年8月28日-2031年8月27日	继受取得
162		1858	52448025	21	2021年8月14日-2031年8月13日	继受取得
163		1858	52443512	24	2021年8月14日-2031年8月13日	继受取得
164		1858	52441964	19	2021年8月14日-2031年8月13日	继受取得
165		1858	50493276	11	2021年6月21日-2031年6月20日	继受取得
166		1858	50492548	20	2021年6月21日-2031年6月20日	继受取得
167		1858	50486460	11	2021年7月14日-2031年7月13日	继受取得
168		1858	50469228	20	2021年7月21日-2031年7月20日	继受取得
169	玫瑰岛全景家居	玫瑰岛全景家居	78202868	20	2024年4月24日-2034年4月23日	原始取得
170	玫瑰岛全景家居	玫瑰岛全景家居	78198113	11	2024年4月24日-2034年4月23日	原始取得
171	玫瑰岛全景家居	玫瑰岛全景家居	78196057	6	2024年4月24日-2034年4月23日	原始取得
172	玫瑰岛全景柜	玫瑰岛全景柜	78213714	6	2024年4月24日-2034年4月23日	原始取得
173	玫瑰岛	玫瑰岛	78191148	20	2024年4月24日-2034年4月23日	原始取得

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式
174	玫瑰岛全景柜	玫瑰岛全景柜	78198230	20	2024年4月24日-2034年4月23日	原始取得
175	玫瑰岛全景门	玫瑰岛全景门	78186118	6	2024年4月24日-2034年4月23日	原始取得
176	玫瑰岛全景门	玫瑰岛全景门	78192963	19	2024年4月24日-2034年4月23日	原始取得
177	玫瑰岛全景家居	玫瑰岛全景家居	78191462	19	2024年4月24日-2034年4月23日	原始取得
178	 ROSERY	ROSERY	72907178	37	2023年7月18日-2033年7月17日	原始取得
179	 ROSERY 玫瑰岛	ROSERY 玫瑰岛	72907260	42	2023年7月18日-2033年7月17日	原始取得
180	 ROSERY 玫瑰岛	ROSERY 玫瑰岛	72897382	37	2023年7月18日-2033年7月17日	原始取得
181	 ROSERY 玫瑰岛	ROSERY 玫瑰岛	72922963	27	2023年7月18日-2033年7月17日	原始取得
182	 ROSERY	ROSERY	72911732	42	2023年7月18日-2033年7月17日	原始取得
183	 ROSERY 玫瑰岛	玫瑰岛 ROSERY	72884130	21	2023年7月17日-2033年7月16日	原始取得
184	 ROSERY	ROSERY	72871744	7	2023年7月17日-2033年7月16日	原始取得
185	玫瑰岛	玫瑰岛	72879550	21	2023年7月17日-2033年7月16日	原始取得
186	 ROSERY	ROSERY	72872197	21	2023年7月17日-2033年7月16日	原始取得
187	 ROSERY 玫瑰岛	ROSERY 玫瑰岛	72875758	7	2023年7月17日-2033年7月16日	原始取得
188	 ROSERY 玫瑰岛	ROSERY 玫瑰岛	72888036	11	2023年7月17日-2033年7月16日	原始取得
189	 ROSERY	ROSERY	72890709	20	2023年7月17日-2033年7月16日	原始取得
190	 ROSERY	ROSERY	72884592	6	2023年7月17日-2033年7月16日	原始取得
191	 ROSERY	ROSERY	72893805	11	2023年7月17日-2033年7月16日	原始取得
192	 ROSERY 玫瑰岛	ROSERY 玫瑰岛	72880104	6	2023年7月17日-2033年7月16日	原始取得
193		图形	71095630	24	2023年4月23日-2033年4月22日	原始取得
194		图形	71120007	40	2023年4月23日-2033年4月22日	原始取得
195		图形	71041183	21	2023年4月20日-2033年4月19日	原始取得
196	 ROSERY	ROSERY	71034534	21	2023年4月20日-	原始取得

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式
					2033年4月19日	
197		图形	71049073A	19	2023年4月20日-2033年4月19日	原始取得
198		ROSERY 玫瑰岛	64966242	20	2022年5月30日-2032年5月29日	原始取得
199		ROSERY 玫瑰岛	59757455	20	2021年10月12日-2031年10月11日	原始取得
200		玫瑰饰家	13987342	37	2015年3月14日-2025年3月13日	原始取得
201		玫瑰饰家	13987338	24	2015年4月14日-2025年4月13日	原始取得

注：2025 年 5 月 27 日，商标号为“13987342”的“玫瑰饰家”商标因连续三年未使用被依法撤销。该商标不属于公司重要商标，该商标被撤销不会对公司经营造成不利影响。

截至 2025 年 4 月 17 日，公司及其子公司取得的境外商标权如下：

序号	商标	注册号	国际分类号	有效期限	注册地
1	mokyu	UK00003448318	6,11,20,21,27	2029 年 12 月 2 日	英国
2	mokyu	UK00918160288	6,11,20,21,27	2029 年 12 月 3 日	英国
3	mokyu	018160288	6,11,20,21,27	2029 年 12 月 3 日	欧盟
4	MOKYU	6545291	20	2032 年 4 月 15 日	日本
5	MOKYU	6545293	27	2032 年 4 月 15 日	日本
6	MOKYU	6542060	6	2032 年 4 月 6 日	日本
7	MOKYU	6542061	11	2032 年 4 月 6 日	日本
8	MOKYU	6545292	21	2032 年 4 月 15 日	日本
9	ROSERY	6301750	11	2030 年 10 月 8 日	日本
10	mokyu	6107930	20	2030 年 7 月 21 日	美国
11	mokyu	6107574	21	2030 年 7 月 21 日	美国
12	mokyu	6107693	27	2030 年 7 月 21 日	美国
13	mokyu	6107929	11	2030 年 7 月 21 日	美国
14	mokyu	6107928	6	2030 年 7 月 21 日	美国
15	ROSERY	1593633	11	2031 年 4 月 28 日	澳大利亚；欧盟；法国；英国；爱尔兰（马德里途径进入）
16	ROSERY	IDM000807825	11	2029 年 9 月 12 日	印度尼西亚

序号	商标	注册号	国际分类号	有效期限	注册地
17		UK00916027 971	11	2026 年 11 月 11 日	英国
18		016027971	11	2026 年 11 月 11 日	欧盟
19	ROSERY	918196760	11	2030 年 6 月 16 日	巴西
20	ROSERY	TMA1135491	11	2032 年 7 月 27 日	加拿大
21	ROSERY	3154930	11	2031 年 3 月 23 日	阿根廷
22	ROSERY	2019/26118	11	2029 年 9 月 13 日	南非
23	ROSERY	1202016	11	2034 年 3 月 12 日	澳大利亚, 爱尔兰, 美国 (马德里途径进入)
24	ROSERY	6699488	11	2032 年 4 月 12 日	美国
25	1858	214792354	11,20	2031 年 8 月 12 日	法国
26	ROSERY	7701568	6,11	2035 年 2 月 25 日	美国