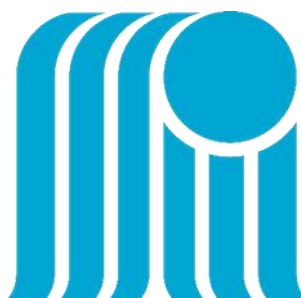


公司代码：603408

公司简称：建霖家居

厦门建霖健康家居股份有限公司  
2025年年度报告摘要



## 第一节 重要提示

1、 本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到 [www.sse.com.cn](http://www.sse.com.cn) 网站仔细阅读年度报告全文。

2、 本公司董事会及董事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。

3、 公司全体董事出席董事会会议。

4、 容诚会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

5、 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

公司拟定2025年度利润分配预案为：以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数，向全体股东每10股派发现金红利4.5元（含税）。本年度不进行资本公积金转增股本。

以上利润分配预案尚需提交公司2025年年度股东会审议。

截至报告期末，母公司存在未弥补亏损的相关情况及其对公司分红等事项的影响

适用 不适用

## 第二节 公司基本情况

### 1、 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	建霖家居	603408	不适用

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	许士伟	程龙
联系地址	厦门市集美区天凤路69号	厦门市集美区天凤路69号
电话	0592-6298668	0592-6298668
传真	0592-6299034	0592-6299034
电子信箱	investor@runner-corp.com.cn	investor@runner-corp.com.cn

## 2、报告期公司主要业务简介

2025年全球家居行业处于调整升级期，终端市场需求除关联地产行业外，更受消费行为主导，据艾瑞咨询报告显示，35岁以下消费者已占家居消费人群的六成，95%的消费者通过“线上+线下”渠道了解家居产品信息，消费者愈发注重产品实用性、舒适性、个性化及健康、智能、环保等属性，消费决策更加理性多元；受技术与审美升级影响，家居产品迭代周期缩短，新品落地速度成为企业核心竞争力，推动行业向精细化、创新化方向发展。其中，国内市场进入存量优化期，据艾瑞咨询、奥维大数据等机构预计，2027年存量房装修套数占比将达57%，健康家居向智能化、康养化、绿色化发展，中研普华数据显示，2025年中国智能家具市场规模预计突破3,200亿元，年复合增长率达38%；海外市场表现良好，北美、欧洲核心市场需求稳健，东南亚、中东等新兴市场快速崛起，其中东南亚市场人均GDP、城镇化率相当于十年前的国内水平，年轻人口占比高，正进入家居消费爆发期，为行业发展提供广阔空间。

供应链端，随着全球贸易格局变化，行业头部集中趋势日益明显，具备综合优势的企业更易抢占市场份额；国内行业仍呈现“大行业、多品类、小企业”的竞争格局，集中度低、竞争分散，而行业主要企业纷纷加快产能调整与全球化布局，着力提升供应链弹性与竞争力，以此应对市场变化、巩固行业地位，这也成为行业发展的核心趋势之一，与工信部披露的家具行业规模化、品牌化发展趋势相契合。

作为健康家居细分赛道头部企业，公司精准契合行业发展趋势，在研发、全球化布局、大客户资源等方面具备显著优势：公司精准把握海外市场趋势、消费变化及产品短迭代特征，依托前瞻性海外产能布局巩固行业地位，凭借全球化布局与多元客户结构实现稳健发展，通过快速推进新品研发匹配海外需求，进一步提升市场份额与竞争力，尤其契合当前家居行业“跨境出海”“智能化升级”的主流趋势，有望在行业集中化进程中抢占更多发展机遇。

公司深耕家居领域，聚焦厨卫、净水、宜居空气、其他家居及非家居五大核心品类，以ODM定制化服务为核心，依托“客户需求-研发-生产-销售”全链条协同运营，构建起覆盖多品类、多市场的经营模式和家居产业生态，致力于提供健康与智能的产品与解决方案，为全球客户创造美好生活而不懈努力。

2025年全年，公司实现营业收入51.19亿元，同比增长2.25%，实现稳健发展；全年净利润4.42亿元，虽同比下降8.09%，但阶段性波动未影响公司整体发展态势，业绩表现优于行业平均水平。公司在复杂多变的全球经贸环境中，坚守“国际领先、国内精准”战略与“创新变革、数智转型、永续发展”总方针，推进核心经营举措稳步落地。

报告期内，公司已完成 2025 年中期分红，每 10 股派发现金红利 1.9 元。2025 年度拟每 10 股派 4.5 元，预计派发现金红利 2.01 亿元，结合当年中期分红，全年累计分红金额占归属于母公司股东净利润 65%，年度分红方案尚待股东会审议。未来三年，在保障资金需求前提下，拟每年现金分红比例不低于归属于母公司股东净利润 60%且不少于 2.7 亿元，彰显公司兼顾股东回报与长期发展的决心。

### （一）锚定国际化领先战略，深化产能优势。

公司营收的稳健增长，核心得益于前瞻性的国际化布局。其中北美市场的稳定发展，关键在于对于全球贸易政策波动预判与当地团队能力建设。

早在 2018 年，公司便基于全球贸易格局预判，启动泰国基地布局；2019 年推进一期项目建设，2020 年实现正式出货，三年驻外坚守，培育出泰国基地本土化团队，持续强化当地产能、技术及服务等全维度能力建设，成为具备稳定海外产能的核心供应商。一期运营成果显现、当地团队文化融入逐步成熟，获得北美品牌客户认可。公司于 2023 年决议扩大投资建设泰国二期项目，2024 年二期项目顺利投产并实现出货。与此同时，客户端供应链策略已倾向选择具备国际化布局的厂商，公司提前完善海外产能布局，成功契合客户需求，深化了合作粘性。

海外市场的布局也增加了公司应对国际贸易中阶段性摩擦的韧性。2025 年 4 月，北美地区启动全球贸易加征对等关税，公司第二季度出货节奏受阶段性影响。然而，公司依托泰国一期及二期生产基地、成熟的本土化团队与稳定产能，加速出海，迅速调整产能布局及团队调配，有序出货，保障了北美市场品牌客户的稳定供给，有效弥补第二、第三季度的业绩目标缺口。为进一步夯实北美市场优势，2025 年 6 月公司决议投资建设泰国三期项目，该项目计划 2026 年投入使用；投用后泰国基地自有产能可覆盖北美市场 2/3 的订单需求。同时，墨西哥基地顺利落地，进一步完善了公司全球化弹性供应链体系，为海外业务持续增长筑牢根基。

北美卖场直供模式成效显著。公司于 2023 年成立美国建霖公司，美国团队就近服务家得宝（The Home Depot）、劳氏（Lowe's）等头部零售卖场。依托美国当地团队，得以最快速度了解北美市场用户需求，及时调整产品研发方向，增强客户与公司合作信任度。通过增加产品品类、提升交付能力等方式，推动北美卖场业务快速成长，全年营收突破 2 亿元，相关业务同比增长超 75%，与海外产能布局形成相互赋能的良性循环，进一步夯实海外市场渠道优势。

报告期内营业收入实现增长但净利润出现阶段性波动，核心原因是快速调整产能国际布局带来的阶段性投入、费用增加，譬如：1、泰国基地产线扩建增加固定资产摊销成本；2、泰国基地新增当地员工推高人力成本及相关费用；3、出海布局导致存货同比增加、跨境物流成本费用上升，

拉低整体毛利。

针对上述出海布局带来的短期阵痛，公司已制定针对性改善措施：深化数字化转型、搭建在地化供应链以降本增效，同时优化存货与物流管理，强化计划协同、缩短物流周期、控制库存、提前验证项目。随着各项改善措施落地，2026年公司经营团队有信心以最快速度推动泰国运营回归有序，利润回归稳健，保障股东利益。

## （二）国内精准投入，聚焦场景解决方案与地产渠道深耕，构建互联服务新生态。

国内市场布局上，公司精准聚焦内销两大核心方向，兼顾当前发展与长远布局，均衡推进各项举措，具体如下：

一是深耕国央企地产合作，与保利、中海等知名国央企深化合作，拓展华润、金茂两大央企。报告期内完成1.45亿元战采合同签约，产品涵盖厨卫五金、定制家居和环境电器，可一站式满足地产端对好房子、好产品的需求。公司持续深化合作粘性，提升渠道转化效率与合作质量，稳步扩大内销增量规模，筑牢国内市场发展基础。

二是国内品牌聚焦布局康养场景解决方案，短期以TO B业务模式为主，产品以系统卫生间解决方案为核心，已完成康养机构及医院相关项目交付，打通定制产品研发到项目落地全环节。报告期内，公司持续完善产品解决方案迭代，在智能控制、毫米波雷达感应、人感控制、压差传感、智能唤醒亮屏等智能化技术方向实现突破与应用，并推进适老化智能模块、系统集成、人机交互优化，进一步提升解决方案的智能化水平，以更适配市场需求的产品拓展内销市场空间。

## （三）深化创新数智转型

2025年是公司数智转型从系统建设转向价值兑现的关键一年，公司围绕降本、提效、提质、控险推进数字化与智能化建设，覆盖经营管理、供应链、智能制造与研发创新各环节。集团数字化发展路径清晰，1997-2004年完成信息化起步，2005-2015年实现核心系统全面覆盖，2016-2020年完成34套系统深度应用，2021年至今进入智能化阶段，自主研发RDPS数字化制造体系，融合AI、物联网、大数据，形成精益、自动化、数字化、智能化四级模式。2025年完成数字化第六、七期上线及第八期筹备，全系统实现互联互通与数据闭环。

管理端搭建九大管理驾驶舱，实现经营监控、风险预警与绩效追踪，差旅、访客、智慧食堂等数字化工具投入使用，行政效率有所提升，同时开展数字化人才培养。运营端建立多层次计划与S&OP产销协同机制，SRM系统支持多工厂智能核价与协同，关务数字化优化并通过海关AEO高级认证，全球采购与价值工程推进，供应链成本与效率持续改善。

生产端以RDPS体系为核心，落地智能立库、精准物流、科学注塑、自动报工等场景，泰国

智能立库一期、宁波威霖高空仓投入使用。公司推进智能马桶、DST龙头、阀芯等数字化产线建设，应用AGV物流、AI视觉检测、3D+机器人检测、自动报工及设备数据采集，制造辅助人工减少104人，同步推进节能改造，降低能耗水耗，生产流程与品质管控持续优化。

研发端完善“企业研究院+专业研究所”体系，2025年成立人工智能研究院，形成“AI预研—技术开发—产品生产—场景交付”的闭环，推动智能产品向场景解决方案升级。数字化技术融入研发流程，仿真平台与电镀仿真投入应用，智联淋浴、语音控制、远程控制、毫米波雷达感应、智能马桶电控等技术逐步落地，公司自主研发的云端智能体小瑞Agent云服务，与AI设备交互实现智能联动。2025年研发投入2.80亿元，占营收5.5%，累计有效专利2,046件，智能产品营收8.15亿元占总营收15.9%，智能化业务势能持续释放，为公司智慧家居战略转型奠定坚实基础。

供应链与全球制造协同推进，公司采用全球采购与本地配套结合模式，与优质供应商建立长期稳定的合作关系；建成“中国+泰国+墨西哥”全球化制造布局，在持续深化国内基地数智化升级的同时，同步推动海外基地智能制造落地，整体提升人均效能、制造效率与供应链韧性。

#### （四）践行永续发展，以 ESG 深度融合为引领，实现价值协同共生。

建霖家居将 ESG 理念深度融入战略决策与业务全流程，构建“董事会统筹、跨部门协同、全员参与”的三级管理体系，以绿色制造升级、低碳技术创新、合规责任坚守为核心，系统推进可持续发展。

报告期内，公司加快清洁能源替代，累计自建光伏项目5个，年发绿电超1,000万度，叠加风电使用300万度，绿电占总用电量达14%；通过设备节能改造、工艺优化及智慧能源管理等措施，集团自身运营碳排放同比下降15%，单位营收碳排放同比下降17%；依托低碳技术与园区管理升级，新增1家南平碳计量中心认定近零碳工厂，引领区域制造业低碳转型。

公司坚持源头减碳，将绿色低碳融入产品研发、生产、采购等各环节，目前已累计获评国家级绿色工厂4家、绿色供应链管理企业3家，绿色产品及绿色设计认证54款，绿色制造能力覆盖核心基地与主力产品线。

公司高度重视公益赋能与合规治理，积极践行企业社会责任。聚焦民生需求，推进社区适老化公益改造，为多个社区完善无障碍设施、优化公共空间；捐助乡村困境儿童，提供学业支持与生活帮扶；长期深耕乡村振兴，连续8年通过就业帮扶，累计带动甘肃临夏和政县5,000余人实现就业。同时严守合规经营底线，通过ISO27001信息安全、ISO37001反贿赂等体系认证，开展合规风控专项培训20场、覆盖19,475人次，健全风险预警与处置机制，推动企业经营与环境、社会价值协同发展。凭借扎实的ESG实践，公司连续三年获评Wind ESG AA级，并入选2025年

度 Wind 中国上市公司 ESG 最佳实践 100 强。具体详情参见本报告同日披露的公司《2025 年环境、社会和公司治理报告暨可持续发展报告》。

综上，2025 年作为“十四五”收官之年，公司核心目标基本达成，海外布局、数智转型、永续经营等关键举措形成显著优势，既巩固了现有市场地位，也为公司“2026-2030 五年战略”顺利启航筑牢了坚实根基。

### 3、公司主要会计数据和财务指标

#### 3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2025年	2024年	本年比上年 增减(%)	2023年
总资产	5,753,244,648.06	4,926,303,065.42	16.79	4,698,686,169.45
归属于上市公司股东的净资产	3,449,935,685.99	3,281,093,127.36	5.15	3,097,705,812.53
营业收入	5,119,165,720.24	5,006,716,391.00	2.25	4,333,760,406.70
利润总额	485,848,301.01	541,162,992.61	-10.22	475,315,484.89
归属于上市公司股东的净利润	440,713,121.24	481,929,251.52	-8.55	424,834,196.19
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	398,152,724.43	464,569,373.00	-14.30	388,674,257.56
经营活动产生的现金流量净额	327,187,614.19	759,014,923.13	-56.89	611,537,842.38
加权平均净资产收益率(%)	13.00	15.01	减少2.01个百分点	13.32
基本每股收益(元/股)	1.00	1.09	-8.26	0.96
稀释每股收益(元/股)	0.98	1.08	-9.26	0.95

#### 3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	1,191,615,608.65	1,194,869,016.18	1,336,844,223.40	1,395,836,872.01
归属于上市公司股东的净利润	123,375,661.95	114,863,693.44	110,274,533.35	92,199,232.50
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	106,558,845.41	95,851,227.10	97,951,875.59	97,790,776.32
经营活动产生的现金流量净额	72,688,359.29	55,913,081.11	236,815,588.55	-38,229,414.76

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

#### 4、 股东情况

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

单位：股

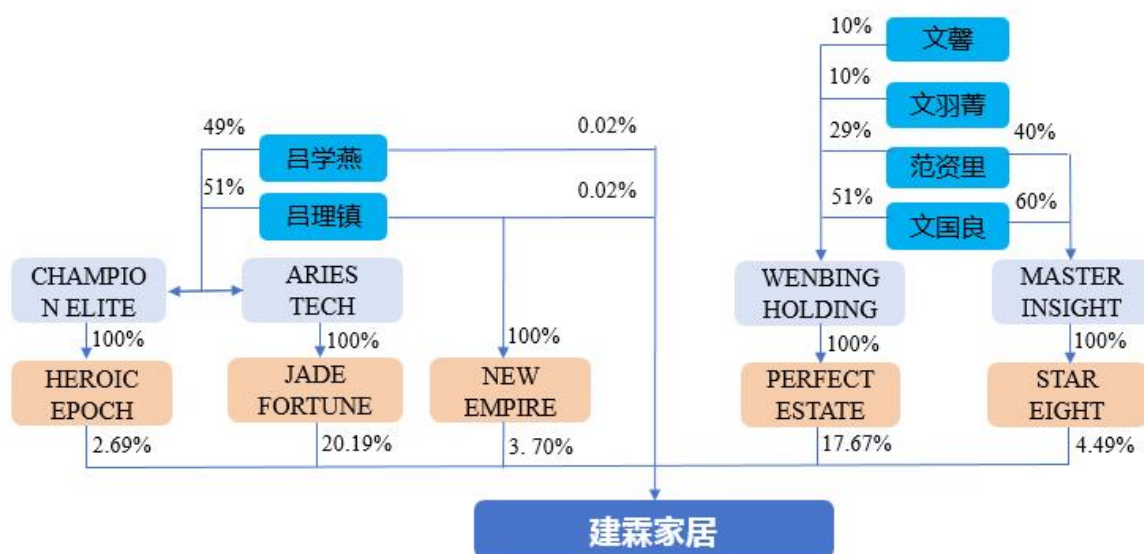
截至报告期末普通股股东总数（户）					13,471		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					13,193		
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）					不适用		
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）					不适用		
前十名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）							
股东名称 （全称）	报告期内 增减	期末持股 数量	比例 （%）	持有有限 售条件的 股份数量	质押、标记或 冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
JADE FORTUNE LIMITED		90,361,531	20.19	0	无	0	境外法人
PERFECT ESTATE LIMITED		79,083,562	17.67	0	无	0	境外法人
YUEN TAI LIMITED		40,664,075	9.09	0	无	0	境外法人
ESTEEM LEAD LIMITED		40,664,075	9.09	0	无	0	境外法人
ALPHA LAND LIMITED	-1,690,000	29,483,983	6.59	0	无	0	境外法人
STAR EIGHT LIMITED		20,084,000	4.49	0	无	0	境外法人
NEW EMPIRE LIMITED		16,579,741	3.70	0	无	0	境外法人
HEROIC EPOCH LIMITED		12,050,400	2.69	0	无	0	境外法人
廖美红		11,954,094	2.67	0	无	0	境内自然人
香港中央结算有限公司	-1,296,813	6,178,214	1.38	0	无	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明		JADE FORTUNE、NEW EMPIRE 和 HEROIC EPOCH 系吕理镇和（或）吕学燕控制下的企业，吕理镇和吕学燕系父子关系；PERFECT ESTATE 和 STAR EIGHT 系文国良、范资里、文羽菁和（或）文馨控制下的企业，文国良和范资里系夫妻关系，文羽菁和文馨系二人的子女。 除上述情况外，公司未知上述其他股东之间是否存在关联关系或属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明		不适用					

##### 4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用

##### 4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



#### 4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

#### 5、公司债券情况

适用 不适用

### 第三节 重要事项

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

报告期内，公司实现营业收入 51.19 亿元，同比增长 2.25%；归属于上市公司股东的净利润 4.41 亿元，同比下降 8.55%；截止报告期末，公司总资产 57.53 亿元，同比增长 16.79%。

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

适用 不适用