

公司代码：603709

公司简称：中源家居



中源家居股份有限公司

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

5、 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

经公司第四届董事会第十五次会议审议通过，公司2025年度拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数分配利润、转增股本。公司拟向全体股东每股派发现金红利0.08元（含税），每股以公积金转增0.3股。本预案尚需提交公司股东会审议。

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	中源家居	603709	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	张芸	刘海霞
联系地址	浙江省湖州市安吉县塘浦工业园区2-5幢	浙江省湖州市安吉县塘浦工业园区 2-5 幢
电话	0572-5825566	0572-5825566
传真	0572-5528666	0572-5528666
电子信箱	zoy1@zoy-living.com	zoy1@zoy-living.com

2、 报告期公司主要业务简介

（一）公司所处行业

根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司所处行业为“C21 家具制造业”；根据国家统计局《国民经济行业分类（GB/T4754-2017）》，公司归属于“C21 家具制造业”中的“C2190 其他家具制造”，具体细分行业为软体家具行业。

软体家具主要指由弹性材料和软质材料，辅以绷结材料和装饰面料及饰物制成的各种软家具，包括沙发、软床等产品。软体家具在提供舒适使用功能的同时，具有时尚化、个性化、艺术化等特征，成为现代高品质居家生活的重要载体。

（二）行业发展概况

软体家具产业起源于欧美，意大利、德国、加拿大、美国等发达国家是传统的家具生产大国和出口国。自 20 世纪 80 年代起，得益于亚洲地区劳动力成本较低、制造业基础持续完善及市场需求快速增长，全球家具生产重心逐步从欧美工业化国家向亚洲发展中国家和地区转移。

21 世纪以来，我国软体家具行业迎来了高速发展的黄金时期，随着制造业水平的不断提升及国际市场的进一步开拓，软体家具产品出口逐年递增，我国已成为全球软体家具出口大国之一。但受起步较晚等因素影响，我国软体家具行业呈现“大行业，小公司”的格局，相较于发达国家，各细分品类的集中度、渗透率均处于较低水平，市场仍有较大的整合和发展空间。

功能沙发是在普通沙发基础上集成姿势调整、转向、摇摆、按摩、储藏等多功能的新型软体家具。全球功能沙发行业诞生于 20 世纪 20 年代，早期集中在欧美地区。2001 年中国加入 WTO 后，LAZBOY、Ashley 等国际知名品牌陆续进入中国市场，直接推动中国功能沙发行业进入高速发展期。根据弗若斯特沙利文数据，2019-2023 年全球功能沙发市场规模从 244 亿美元增长至 319 亿美元，预计 2024-2028 年行业将以 4.4% 复合增速扩容至 402 亿美元，随着全球消费者对家居体验的关注度提升和城市化浪潮驱动，消费者倾向于购买具备舒适体验的功能沙发产品，推动市场稳步扩容。

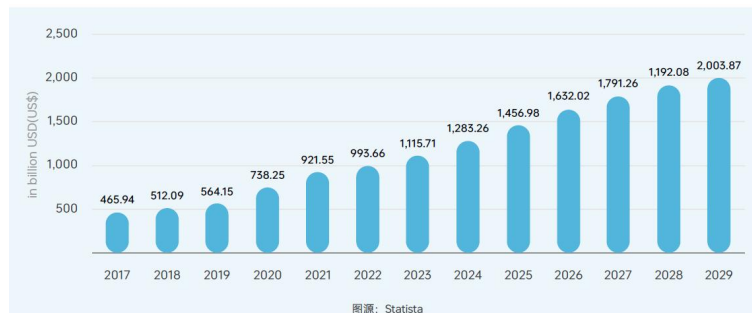
近年来，逆全球化进程给我国家具行业带来了挑战与机遇并存的发展环境。供应端方面，为规避贸易摩擦带来的关税成本，提升供应链的韧性和安全性，部分家具企业纷纷至东南亚等地建厂，加快供应链的全球布局，2018 年以来，越南等东南亚国家的家具出口份额持续提升，我国出口份额则面临下行压力。据 USITC 数据，2025 年 1-7 月美国家居进口来源国前两位为中国、越南，进口额占比分别为 22.8%、22.1%，其中进口中国较 2018 年分别下降 29.4%、进口越南较 2018 年增长 14.5%。消费端方面，全球电商渠道的蓬勃发展为家具行业带来了新的机遇，传统家具外贸企业正逐步迈向“品牌出海”的新高度。

受地缘政治因素影响，2025 年跨境电商市场环境呈现出前所未有的复杂性。从全球整体来看，Statista 研究显示，2025 年全球电商市场收入将达到 4.32 万亿美元，预计将以 8.02% 的年复合增长率增长至 2029 年的 5.89 万亿美元。



资料来源：AMZ123

美国是我国跨境电商出口第一大目标市场，Statista 数据显示，2025 年北美电商市场收入将达到 1.46 万亿美元，预计 2025 年至 2029 年的复合年增长率为 8.29%，到 2029 年将达到 2 万亿美元。Statista 数据预计，2025 年北美电商用户渗透率约达 83.9%，预计 2029 年用户数量将达到 4.84 亿，渗透率将达到 94.5%。根据 Statista 预测，2024 年美国家具家居市场中线上、线下渠道销售额占比预计为 37%、63%，线上渠道较 2017 年增长 10.4%，线上渠道份额稳步提升。受关税不确定性、商品价格上升和通胀趋势等宏观经济因素影响，2025 年北美电商市场的增速放缓。



资料来源: Statista、AMZ123

欧洲作为高价值发达市场,当前电商需求持续上升。Statista 数据显示,2025 年欧洲电商市场收入将达到 7079 亿美元,预计 2025 年至 2029 年的复合年增长率为 7.95%,到 2029 年将达到 1.38 万亿美元。到 2029 年,欧洲电商用户数量将增至 4.461 亿,用户渗透率也将从 2025 年的 47.6%提升至 55.8%。

现阶段,全球电商的竞争格局正呈现区域重构、多极化发展的特点,北美市场虽占主导地位,但增速趋于放缓,随着竞争加剧,跨境企业正加速市场迁徙,在加大欧洲发达市场投入的同时,积极布局东欧、拉美、东南亚等新兴市场。

(三) 行业周期性特点

软体家具行业主要受家庭收入水平、消费支出结构和房地产行业景气程度等因素的影响,因而软体家具行业的周期性与经济周期有一定的相关性。

(四) 公司所处行业地位

公司始终以“百亿沙发,百年企业”为愿景,致力于实现长期可持续发展,近年来公司坚定推进品牌转型,旨在通过提升系统能力,集成供应链资源向品牌家居新零售转型。

公司坚持以客户为中心,以产品技术创新为驱动力,以生产效率提升和成本优化为核心,持续增强企业竞争力。经过多年的发展,公司在生产管理、研发设计能力、数字化打样技术、产品质量等方面均达到了行业内较为领先的水平。凭借具有竞争力的产品交期、价格、功能以及优良的品质等优势,公司迅速切入海外功能沙发市场,并积累了遍布全球的优质客户资源,成为国内功能沙发主要出口商之一。

在发展过程中,公司积极践行绿色发展理念,推动技术创新与产业升级,先后荣获“国家绿色工厂”“国家知识产权优势企业”“国家绿色供应链管理企业”“长三角 G60 科创走廊工业互联网标杆工厂”“浙江省著名商标”“浙江出口名牌”“浙江省第一批上云标杆企业”“浙江省两化融合发展试点”“浙江省级研究院”“浙江省家居行业领军企业”“2024 年安吉县博士创新站”“中国绿色产品认证”“先进级智能工厂”等多项荣誉及资质。

(五) 行业政策法规

具体详见本节五、报告期内主要经营情况之行业经营性信息分析。

(六) 公司主要业务情况

公司主要从事沙发等家具产品的研究、设计、生产和销售服务,为全球家庭提供健康、舒适、环保的家居产品。公司产品销售遍及美国、非洲、澳大利亚、英国等国家和地区,逐步搭建了面向全球的销售网络体系。目前产品主要包括功能性沙发,固定沙发及板式家具等。

1、功能性沙发

多功能组合沙发:采用人体工程学设计,全方位贴合人体曲线,低重心现代设计,配备超宽座垫、深坐深、宽扶手以及高回弹海绵,带来“云端”慵懒舒适体验。靠背 110°-160° 大广角自由调节,轻松切换坐姿、躺姿等多种形态。组合沙发采用模块化组合结构,可自由组合、拆分包装运输,同时配备无线充电、蓝牙音响、隐藏储物及智能冰箱等实用功能,兼顾居家舒适体验与日常实用便捷,舒适感、功能性、性价比兼备。



功能性老人椅：专为老者设计，融合安稳智能的助起功能，让起坐更加轻松自如，同时配备按摩、加热模式，为长者带来无微不至的关怀体验，崇尚智能养老新风尚。

老板椅：秉承“简约而不失格调”的设计理念，将轻奢质感与人体工学融为一体。甄选头层牛皮，柔软承托、久坐释压，椅背多角度自由调节，电动按摩加热通风功能，满足办公、休憩等不同姿态需求，让每一位职场人在忙碌工作中拥有专属的从容与惬意，重塑高端办公新格调。

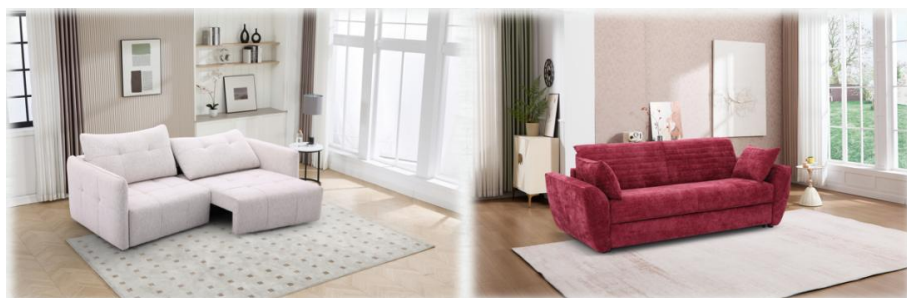


2、固定沙发

现代简约沙发：秉承“简约而不简单”的设计理念，将舒适实用与大方得体融为一体，坐垫、靠背采用高品质材料，柔软舒适，沙发的靠背支持上下自由调节，满足不同身高和坐姿需求，让舒适更加个性化，让人们在繁忙的生活中找到片刻的宁静与放松。



现代简约沙发床：以其小巧精致、灵活多变、舒适实用以及兼具储物空间的特性，成为小户型家庭的优选。巧妙融合了沙发的基本功能和床铺的实用性，轻松实现家居空间的高效多功能利用。不仅能够满足人们的基本生活需求，还为家居空间增添一份简约而不失格调的美感。



3、板式家具

以实用、简约为设计主调，从玄关到卧室，全屋家具品类覆盖，自然融入家居环境，轻松缔造温馨舒适的居住空间。



（七）公司的主要经营模式

1、销售模式

公司贯彻以外销为主、内外并举的营销战略，目前通过电商零售等营销渠道打造“CANMOV 慧动”、“ZOY 中源家居”等公司自有品牌，持续扩大品牌影响力，正处于由 OEM/ODM 向 OBM 转型阶段。公司以深耕制造业经验，打造的全球产业链优势为基础，积极调整管理架构、强化激励打造了一支高效的运营团队。



（1）国外销售

OEM/ODM 模式下，公司的主要客户为国外大中型家居批发商和零售商。公司主要通过参加全球性的家居展会、博览会等方式获取新增客户需求信息，广泛而有效地与潜在客户进行交流，建立商业合作关系，经过多年的发展，公司积累了遍布全球的客户资源。此外，为了更好地服务客户，贴近市场，公司逐步组建海外本土化的销售团队，及时响应客户需求，自主设计并推出具有市场竞争力的产品，深度服务优质大客户，增强客户黏性。

OBM 模式下，公司通过亚马逊等国外主流电商平台开设自有品牌店铺开展零售业务，对外构建品牌知名度和营销渠道网络，通过自主研发、生产、跨境运输、仓储、售后服务等环节，不断向海外终端消费者输送公司产品，扩大公司自有品牌的影响力。

（2）国内销售

OBM 模式下，公司通过天猫、京东等主要电商平台开设自有品牌店铺，销售高性价比的产品，扩大品牌影响力。

2、采购模式

公司的采购主要分为材料采购和成品采购。

材料采购：公司原材料主要包括五金类、木材类、面料类、填充料类、电子类、包材类、辅料类等。公司根据供应商管理和筛选制度甄选供应商，经过对供应商的实地评估、样品评估等程序，建立合格供应商名录，在公司需要采购时，对合格供应商名录内的供应商进行询价比价，从QCDS等维度综合考量和评审后，对供应商进行定点、定价及配额分配，并对供应商的交付过程进行跟踪、管控。

成品采购：为进一步发挥客户资源优势、满足内外销客户多品类产品需求，公司严格甄选家居产品供应商，并加强对外部采购成品的质量检测。

公司通过SRM系统实现供应商准入、询报价、订单协同、检验送货、对账等环节的供应链全过程管理。

3、生产模式

公司产品以订单生产为主、备货生产为辅，持续推进智能制造。订单生产是指公司根据客户订单的需求和交货期限安排生产，备货生产是指公司为保障产品的及时供给对一些标准化的产品准备部分库存。公司计划部门根据顾客订单的交货期和内部生产运作情况，基于精益化生产原理，制定生产计划由公司工厂生产，公司产品在流入市场前，设有相关的检查员按照生产管控程序对生产工序进行检查和管控，产成品经成品检查员检验合格后方可通知作业员按相应规格进行包装、出入库。

公司大力推行“机器换人”，通过引入先进自动化设备、改善工艺及优化生产流程，提升自动化水平，提高生产效率，降低生产成本。工厂依托SAP、BOM（物料清单系统）、WMS（仓储物料系统）、SRM（供应链管理系统）等系统，对公司客户订单、计划采购、出入库、生产交付等流程进行信息化管控。

4、研发设计模式

公司建立了以市场需求以及产品业绩数据分析为导向的设计开发机制，结合自身经营模式与生产控制要求，确定了公司产品设计与研发流程。大宗业务下，公司根据客户的特定需求以及对市场动态的敏锐洞察，把握市场方向，及时提起新品开发申请；自主品牌渠道下，一方面公司产品部人员深入剖析各平台的市场动态，辅以运用卖家精灵、数字酋长等大数据分析工具，精准把握潜在市场机会；另一方面公司设有专职人员对在售自主品牌产品进行月销售分析，全面评估新品和老品的业绩贡献率，并据此输出优化报告，辅助研发开品。

明确开发方向后，公司设计、研发、品质、生产等部门联动合作，对样品的功能、安全、外观、加工的可行性、结构模块化等进行严格审核，经多轮评审和部门审批后，新品正式投入批量生产，确保最终流入市场的产品兼具美观、舒适、环保于一体，能够满足消费者差异化需求。

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	1,334,697,922.51	1,418,756,585.46	-5.92	1,359,580,211.54
归属于上市公司股东的 净资产	505,760,906.67	527,517,389.52	-4.12	592,060,204.19
营业收入	1,622,713,135.94	1,601,519,456.80	1.32	1,101,285,293.10
利润总额	-25,762,403.52	-40,799,966.68	不适用	24,646,237.23
扣除与主营业务无关的 业务收入和不具备商业 实质的收入后的营业收 入	1,604,929,825.93	1,569,439,186.49	2.26	1,077,383,368.66
归属于上市公司股东的 净利润	-28,254,216.81	-41,739,042.39	不适用	21,359,895.34
归属于上市公司股东的 扣除非经常性损益的净 利润	-34,626,326.93	-39,253,651.52	不适用	13,036,779.76
经营活动产生的现金流 量净额	97,099,239.92	13,597,036.11	614.12	105,731,631.34
加权平均净资产收益率 (%)	-5.47	-7.48	增加2.01个 百分点	3.68
基本每股收益(元/股)	-0.23	-0.34	不适用	0.17
稀释每股收益(元/股)	-0.22	-0.33	不适用	0.17

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	352,802,164.62	371,101,110.42	401,483,361.68	497,326,499.22
归属于上市公司股东的净 利润	2,318,181.17	-11,859,988.34	-7,902,035.48	-10,810,374.16
归属于上市公司股东的扣 除非经常性损益后的净利 润	-1,164,392.60	-13,438,215.27	-7,241,815.73	-12,781,903.33
经营活动产生的现金流 净额	23,790,788.70	314,270.95	36,934,437.61	36,059,742.66

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

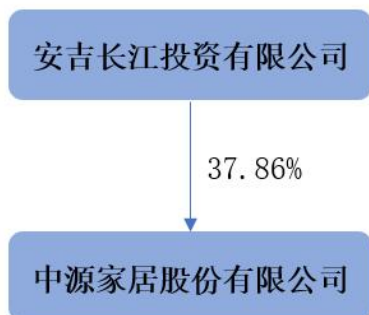
4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					12,864		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					7,862		
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）					0		
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）					0		
前十名股东持股情况（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	
安吉长江投资有限公司	0	47,738,808	37.86	0	无		境内非国 有法人
曹勇	-2,860,700	33,640,492	26.68	0	无		境内自然 人
安吉高盛投资合伙企业 （有限合伙）	0	3,979,560	3.16	0	无		境内非国 有法人
梅益敏	-649,820	1,600,000	1.27	0	未知		境内自然 人
朱黄强	0	842,400	0.67	0	无		境内自然 人
高盛公司有限责任公司	489,073	590,138	0.47	0	未知		其他
丁金九	500,000	500,000	0.4	0	未知		境内自然 人
肖莉	457,280	457,280	0.36	0	未知		境内自然 人
信源集团有限公司	420,100	420,100	0.33	0	未知		境内非国 有法人
BARCLAYSBANKPLC	238,763	366,754	0.29	0	未知		其他
上述股东关联关系或一致行动的说明		上述股东中，安吉长江投资有限公司为安吉高盛投资合伙企业（有限合伙）的普通合伙人。曹勇分别持有安吉长江投资有限公司 49.00%的股权、安吉高盛投资合伙企业（有限合伙）62.22%的出资份额。胡林福持有安吉长江投资有限公司 51.00%的股权。胡林福为曹勇之岳父，两人共同为公司的实际控制人。朱黄强为安吉高盛投资合伙企业（有限合伙）的有限合伙人。未知其他股东之间是否存在关联关系或一致行动。					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明		不适用					

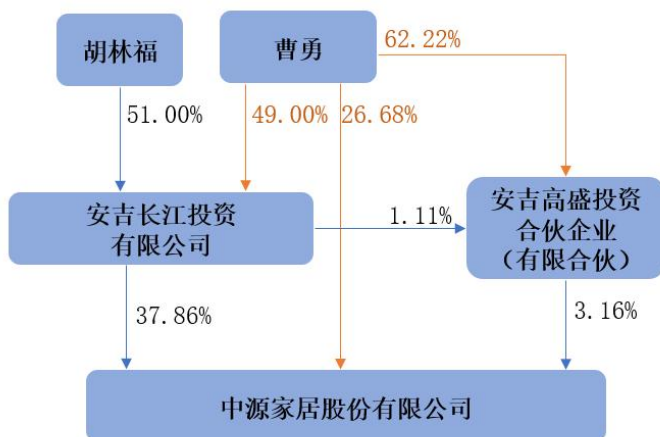
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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 162,271.31 万元，较去年同期增长 1.32%，归属于上市公司股东的净利润-2,825.42 万元，实现归属于上市公司股东扣除非经常性损益的净利润-3,462.63 万元，实现基本每股收益-0.23 元。

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