

公司代码：603272

公司简称：联翔股份

**浙江联翔智能家居股份有限公司**  
**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，投资者应当到上海证券交易所网站（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

公司2025年度利润分配预案为：不分配现金股利，亦不实施包括资本公积金转增股本在内的其他形式的分配。以上利润分配预案已经公司第四届董事会第三次会议审议通过，尚需公司2025年年度股东大会审议通过。

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	联翔股份	603272	不适用

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	唐庆芬	
联系地址	浙江省嘉兴市海盐县武原街道工业新区东海大道2887号四楼	
电话	0573-86026183	
传真	0573-86115251	
电子信箱	tangqingfen@lead-show.cn	

## 2、报告期公司主要业务简介

### （一）公司所处行业

根据《国民经济行业分类目录》（GB/T4754-2017），公司业务属于“C24 文教、工美、体育和娱乐用品制造业”之“C243 工艺美术及礼仪用品制造”之“C2436 抽纱刺绣工艺品制造”。公司装饰装修所处行业为“E50 建筑装饰、装修和其他建筑业”之“E501 建筑装饰和装修业”。

### （二）行业现状

#### （1）墙布、窗帘行业

公司所设计生产的墙布、窗帘主要用于建筑物室内装饰，特别是新房装修和旧房改造，因此住宅销售面积、交易数量对于墙布、窗帘消费影响较为直接。根据国家统计局发布的2025年全国房地产数据，2025年，新建商品房销售面积88,101万平方米，比上年下降8.7%；其中住宅销售面积下降9.2%。新建商品房销售额83,937亿元，下降12.6%；其中住宅销售额下降13.0%。2025年末，商品房待售面积76,632万平方米，比上年末增长1.6%，比11月末回落1.0%。其中，住宅待售面积增长2.8%。自2022年7月中共中央政治局会议首次提出“保交楼”工作任务以来，“保交楼”成为2023年各地方稳楼市的关键词，同时也成为衡量房地产企业的重要指标。2024年3月22日召开的国务院常务会议指出，要进一步优化房地产政策，持续抓好保交楼、保民生、保稳定工作，进一步推动城市房地产融资协调机制落地见效，系统谋划相关支持政策，有效激发潜在需求，加大高品质住房供给，促进房地产市场平稳健康发展。2024年，中国“保交楼”政策通过专项借款扩容和融资协调机制显著提升项目复工率，缓解房企债务压力，推动重点城市烂尾项目加速交付；“三大工程”全面提速，保障性住房建设超额完成目标，城中村改造引入社会资本创新模式，平急两用基础设施强化城市应急能力。

2025年政府以稳市场、惠民生、防风险、促转型为核心，形成需求端、供给端、保障端与风险防控的系统性支持体系，具体来说：一、通过下调公积金贷款利率、商业贷款利率，全国推广卖旧买新退税，契税优惠覆盖140㎡以下户型，多地取消普通/非普通住宅划分，分类优化限购政策，降低需求端的置换成本和购房门槛，支持刚性与改善需求；二、通过实施项目“白名单”和主办银行制、金融16条展期与三条红线淡出、带押过户等政策从供给端保交付、活存量，优化房企融资与销售；三、通过保障性住房再贷款优化、加码补充贷款（PSL）、加速落地三大工程（保障性住房、城中村改造、平急两用公共基础设施），从保障端发力，托底投资并创造需求，完善住房保障体系。

上述举措有效减缓房地产市场下行趋势，并促进其趋向平稳。装修建材行业与房地产行业关系密切，是与经济整体景气度相关度较高的典型顺周期行业。墙面是建筑装修中的重要部分，如今装修市场呈现出“轻装修、重装饰”的消费特点，墙面作为软装的载体，其重要性正在逐步被业主认知。当前家居墙面装饰材料主要有墙布、墙纸、墙板、乳胶漆、硅藻泥、瓷砖等。在过去数年里，墙布与墙纸从过去的小众产品转变为墙面装饰的主流产品之一。墙纸墙布行业随着我国房地产市场的发展整体波动，而其中墙布凭借其外观艺术、质感丰富、经久耐用和绿色环保等特点，在墙纸墙布市场的份额占比快速扩大。未来在我国人民的经济水平与购买力不断增长，对墙面装饰材料要求不断提高背景下，墙布的优势特点将更加凸显。同时，墙布产品的市场下探也会加强其相较于墙纸等墙面装饰产品的市场竞争力，形成对传统产品的替代趋势。

近年来，随着国民经济的迅猛发展，人民生活水平的快速提高，消费者对窗帘产品的选择偏好逐渐从注重装饰性的布艺窗帘转向注重功能性的非布艺窗帘。目前我国的墙纸墙布、窗帘生产企业主要集中在珠江三角洲、长江三角洲地区，其中，墙布、窗帘制造企业主要集中在传统纺织业发达的江浙地区。但由于墙布墙纸、窗帘初期小规模加工制造的投资规模要求相对较低，从事墙纸墙布、窗帘制造的企业数量众多，企业的产品同质化较为严重，部分企业主要聚焦于产品的低价推广，而忽视产品设计、质量控制、渠道建设、人才培养等方面，造成了市场内产品质量参差不齐、专业人才严重匮乏。2025年，受到房地产行业下行的直接影响，墙布、窗帘行业面临较大冲击，行业增长承压。但是墙布、窗帘作为室内装饰材料的细分产品，在当前各类室内装饰材料市场中占比相对较低，产业前

景依然广阔。未来，在房住不炒的前提下，刚性及改善性住房需求有望释放，叠加存量改造需求以及室内装饰空间渗透率提升，墙布、窗帘行业有望进一步发展，产品需求将逐步提升。

## （2）装饰装修行业

公司装修装饰业务所处行业属于“建筑装饰、装修和其他建筑业”中的“建筑装饰和装修业”，是我国国民经济发展的重要组成部分，其发展与国家经济发展水平有着紧密的联系，同时，国家对房地产行业政策的调整也会对建筑装饰行业带来相应的影响。根据建筑装饰的类型，建筑装饰业划分为公共建筑装饰装修、住宅装饰装修。根据国家统计局数据，2025年我国建筑装饰装修总产值累计值为13,024.94亿元，较2024年（14061.93亿元）有所下降。

2025年1月，商务部等6部门出台家装厨卫“焕新”补贴政策，补贴范围覆盖装修材料、智能家居等五大类产品；2025年5月国家市场监督管理总局和国家标准化管理委员会联合发布《室内装饰装修材料人造板及其制品中甲醛释放限量(GB18580—2025)》与《涂料中有害物质限量第1部分：建筑涂料(GB30981.1—2025)》两项强制性国家标准，并将于2026年6月1日起正式施行；2025年一些地方政府也开始对《住宅室内装饰装修管理办法》进行修订。目前，我国已基本形成了多层次、多门类、多形式的较为完善的建筑装饰行业规范法律法规体系，从资质管理、招投标管理、质量管理、安全生产等各个方面对建筑装饰行业做出了规范，这些法规对于整个装饰装修行业的健康发展发挥了重要作用。

随着中国人民生活水平的提高和综合国力的加强，建筑装饰行业不仅在建筑业中的比重不断上升、作用日益突出，同时在经济发展和社会进步中，发挥的作用也日益重要。我国建筑装饰业发展迅速，低碳环保将成为今后建筑装饰业的发展趋势。同时，我国基础设施建设、建材下乡以及城市化进程加快对我国建筑装饰产业发展带来不可忽视的推动，建筑装饰行业有望获得更高的增长。

## （三）公司墙布行业地位

公司是墙布行业中的知名企业，其市场地位处于行业前列。公司为中国建筑装饰装修材料协会副会长单位、中国建筑装饰装修材料协会墙纸墙布及软装饰分会轮值会长单位、中国室内装饰协会墙纸墙布专业委员会执行会长单位，未来公司持续聚焦主责主业，以夯实内功、构建穿越周期能力为准则，以应对市场的变化。

报告期内公司所从事的主要业务如下：

### 1、墙布、窗帘业务

#### （1）采购模式

公司建立了较为完善的采购管理制度，公司采购部门按照采购管理制度，以生产计划、销售需求为依据组织采购，采购过程严格执行质量管理管控标准。公司依据供应商的规模实力、产品品质、价格水平、信誉、售后服务等因素确定合作供应商，并定期对供应商进行评估考核，以保证原材料质量和供应数量安全可靠。经过多年发展，公司已建立稳定的原辅材料采购渠道，与主要供应商建立了长期稳定的合作关系。

#### （2）生产模式

公司主要采取“销售订单+市场预测”相结合的形式安排生产。公司生产部门与销售部门充分沟通后，根据销售部门获取的订单数量以及市场预测情况制定生产计划，并根据产品对应的工艺流程和材料种类组织生产。

为缩短供货周期，公司通常会针对主要产品类型生产所需使用到的半成品，根据市场供给和客户需求情况制定合理的生产预测和生产备货计划，提前备好一定数量的自制半成品库存。

此外，为满足产品快速扩大的市场需求，公司将墙布生产的部分非核心工序进行外协加工，主要包括部分产品的绣花加工、无纺复合、样册加工等工序。公司在选择外协厂商前，依照相应管理制度对供应商进行实地考察，对其加工能力进行综合评估。公司与主要外协厂商建立长期的合作关系，通过签订年度框架协议的方式对外协加工责任与义务进行规范，并在日常生产中积极与外协供应商合作交流。

### （3）销售模式

公司主要采取经销销售模式。公司在收到经销商产品订单和全额货款后，安排发货。经销商以买断方式向公司进货，并由经销商负责产品后续的施工安装工作。由于墙布下游市场较为分散，该销售模式可以快速提高公司产品的市场知名度和销售网络覆盖面。

公司通过多渠道收集经销商客户资源，对渠道建设目标区域内经销商客户进行整理与筛选，与符合标准的经销商签订经销合同。根据经销商店铺类型的划分，公司经销商可以分为“专卖店”和“非专卖店”两种形式。公司对经销商开设门店的选址、装修及经营提供培训和指导服务，并根据实际情况就经营资质、门店设计、签约采购量提出针对性要求，以提升经销商销售能力，提高公司品牌形象和市场影响力。公司建立经销商管理制度对经销商日常经营情况进行全面监督管理。公司通过门店管理系统对经销商进行线上信息备案、订单审核和销售管理。同时，公司日常配备销售人员对经销商进行实地走访调研，线下了解经销商运营情况和终端市场变化，监督规范经销商销售行为，及时发现问题并提出解决方案。

公司在积极建设墙布、窗帘经销网络之外，也通过开拓直销渠道开发了工装类客户。公司与具有较强实力的房地产开发企业建立了战略合作关系，根据房地产开发企业的订单要求组织生产，向其直接销售墙布、窗帘产品用于精装修商品房的家居装饰。

#### 2、装饰装修业务

公司的装饰装修业务通过全资子公司浙江领绣家居装饰有限公司开展，领绣家居可以向客户提供从设计、施工计划开始，到过程的工程施工控制、到售后服务的一体化的服务。领绣家居拥有建筑工程施工总承包贰级、建筑装修装饰工程专业承包贰级资质、建筑装饰工程设计专项乙级资质、施工劳务不分等级资质和安全生产许可证，具备自主组织施工的能力。装饰装修业务的开展一般分为项目承接阶段、现场施工阶段和竣工结算阶段，公司依托丰富技术经验，针对不同的施工项目合理调配各种资源，通过市场竞争和招投标（分为公开招标和邀请招标）的方式扩大业务。项目实施后，公司针对各个项目组建由项目经理及各环节人员构成的实施团队，优化团队结构、完善管理标准，提升了业务水平和服务质量。

#### 3、文化传媒相关业务

公司全资子公司浙江领视文化传媒有限公司主要从事影视舆情风控、IP 电商变现、平台代理服务等相关业务，取得一定的经营成果。

### 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	656,523,561.10	722,737,406.81	-9.16	742,118,055.75
归属于上市公司 股东的净资产	544,393,022.61	566,320,369.88	-3.87	622,421,543.41
营业收入	141,610,481.01	215,561,095.88	-34.31	156,400,179.00
利润总额	-12,090,379.12	12,322,242.79	-198.12	-15,439,125.02
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	127,437,666.16	208,126,322.82	-38.77	153,192,367.08
归属于上市公司	-11,448,753.40	10,898,364.40	-205.05	-13,288,091.74

股东的净利润				
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-16,437,990.22	8,679,872.68	-289.38	-15,990,678.98
经营活动产生的现金流量净额	17,234,114.57	-11,290,285.99	不适用	32,558,082.65
加权平均净资产收益率(%)	-2.05	1.81	减少3.86个百分点	-2.04
基本每股收益(元/股)	-0.12	0.11	-209.09	-0.13
稀释每股收益(元/股)	-0.12	0.11	-209.09	-0.13

### 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	41,519,277.74	32,871,525.41	31,373,133.18	35,846,544.68
归属于上市公司股东的净利润	285,745.26	645,981.23	1,262,473.22	-13,642,953.11
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	102,124.13	472,164.78	893,118.34	-17,905,397.47
经营活动产生的现金流量净额	-11,324,558.20	-3,107,326.96	580,393.64	31,085,606.09

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

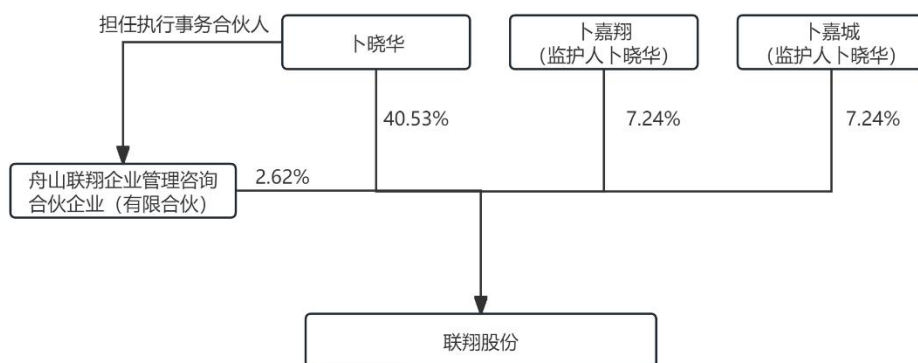
截至报告期末普通股股东总数(户)	6,172
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	8,574
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	0
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数(户)	0

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	
卜晓华	0	42,000,000	40.53	0	无	0	境内 自然 人
卜嘉翔	0	7,500,000	7.24	0	无	0	境内 自然 人
卜嘉城	0	7,500,000	7.24	0	无	0	境内 自然 人
舟山联翔企业管理咨 询合伙企业（有限合 伙）	-1,036,200	2,713,800	2.62	0	无	0	其他
赵伦红	975,000	975,000	0.94	0	无	0	境内 自然 人
上海森耀投资管理有 限公司—上海森隆投 资管理中心（有限合 伙）	-1,276,000	866,700	0.84	0	无	0	其他
中国建设银行股份有 限公司—诺安多策略 混合型证券投资基金	739,500	739,500	0.71	0	无	0	其他
王慧惠	663,400	663,400	0.64	0	无	0	境内 自然 人
上海量宇私募基金管 理有限公司—量宇冠 一二十号私募证券投 资基金	601,700	601,700	0.58	0	无	0	其他
李彤	560,000	560,000	0.54	0	无	0	境内 自然 人
上述股东关联关系或一致行动的说明	卜晓华与卜嘉翔、卜嘉城为父子关系，卜嘉翔与卜嘉城为兄弟关系。陈燕凤与卜嘉翔、卜嘉城为母子关系。舟山联翔企业管理咨询合伙企业（有限合伙）为卜晓华为普通合伙人的员工持股平台。除以上关联关系及一致行动外，公司未知上述股东是否存在其他关联关系或一致						

	行动。
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用

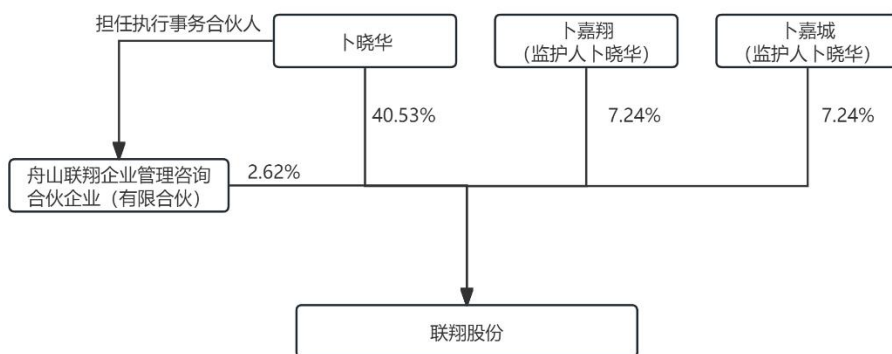
#### 4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

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。

详见上述本报告“第三节三、经营情况讨论与分析”

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

公司2025年度经审计后的利润总额为-12,090,379.12元，实现归属于母公司所有者的净利润为-11,448,753.40元，实现归属于母公司所有者扣除非经常性损益后的净利润为-16,437,990.22元；实现营业收入为141,610,481.01元，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为127,437,666.16元。

根据《上海证券交易所股票上市规则》第9.3.2条第一款第（一）项“最近一个会计年度经审计的利润总额、净利润或者扣除非经常性损益后的净利润孰低者为负值且营业收入低于3亿元，或追溯重述后最近一个会计年度利润总额、净利润或者扣除非经常性损益后的净利润孰低者为负值且营业收入低于3亿元”规定的对公司股票实施退市风险警示的情形，公司股票在2025年年度报告披露后将可能被上海证券交易所实施退市风险警示（在公司股票简称前冠以“\*ST”字样）。