

证券代码：002830

证券简称：名雕股份

公告编号：2026-016

深圳市名雕装饰股份有限公司 2025 年年度报告摘要

一、重要提示

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，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

是否以公积金转增股本

是 否

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以 131,390,000 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 2.0 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 4 股。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	名雕股份	股票代码	002830
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	侯薰棋	颜梦洁	
办公地址	深圳市宝安区兴华路南侧龙光世纪大厦 1 栋 2-36、37、38、39、40	深圳市宝安区兴华路南侧龙光世纪大厦 1 栋 2-36、37、38、39、40	
传真	0755-23348796	0755-23348796	
电话	0755-23348796	0755-23348796	
电子信箱	mingdiaozhuangshi@yeah.net	mingdiaozhuangshi@yeah.net	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）公司主营业务情况

公司自成立以来，始终深耕建筑装饰与装修领域，凭借出众的设计服务水准、精湛的工程施工工艺，以及成熟完善

的一体化家装解决方案，在行业内积累了优良口碑。

公司定位于服务中高端客户群体，专注为中大型住宅客户提供专业定制化服务，构建家装领域产业链完备的综合服务体系。在过往多年的发展进程中，始终秉持装饰业务一体化发展战略，依托持续稳健的发展积淀与深度资源整合，公司已搭建起覆盖家居设计、工程施工、主材及配饰选购、木制品定制、物流配送及售后服务的全产业链闭环，为客户打造高效、省心的一站式家装服务体验。

通过持续推行精细化管理与高效运作机制，公司在品牌知名度、专业能力、配套服务及运营管理等维度成效显著，逐步成长为行业内的领军企业，市场渗透能力不断强化，品牌影响力持续攀升。作为业内领先的一体化家装综合服务提供商，公司主营业务深度聚焦于建筑装饰和装修业，业务板块涵盖以下多个关键领域：

1.住宅设计与工程施工服务

(1) 住宅设计服务

公司专注面向中高端客户群体提供高品质住宅设计服务，设计团队具备扎实的专业素养与丰富的行业实践经验。公司坚持以原创设计为核心发展理念，在积极借鉴国内外前沿设计思想的同时，深度结合本土文化特征与客户个性化居住需求，形成了独具特色的设计体系。

基于对家庭需求的持续洞察，公司于 2022 年提出“五宅一生”全周期家装设计理念，围绕“新婚美居、宝宝乐园、书香门第、悦己生活、养老颐年”五大生活场景，精准匹配家庭在不同人生阶段的功能与情感需求，以匠心设计赋能家庭成长。公司始终秉持“以人为本”的设计原则，兼顾空间美学与实用功能，持续为客户打造契合自身需求的高品质居住方案。

(2) 工程施工服务

公司为住宅装修项目提供全流程工程施工服务，服务覆盖项目前期规划、现场施工至竣工验收等各个环节。在项目实施过程中，公司严格遵循国家及行业相关质量标准与安全管理规范，全面落实“名雕 TQM”质量管理体系要求，通过施工流程标准化、过程管控精细化，有效保障工程质量与交付效果，确保设计方案完整落地、设计效果精准还原，为客户交付安全、优质、稳定的住宅装修工程成果。

2.多品牌运营精准服务

为精准适配不同消费群体的差异化空间装饰需求，公司实施多品牌运营战略，旗下主要品牌包括名雕高端家装、名雕丹迪、名雕高端全案。

(1) 名雕高端家装：作为公司核心子品牌，专注于为中大型住宅提供高品质装饰设计与施工一体化服务。该品牌凭借优质设计能力、精湛施工工艺及全流程服务体系，在住宅装饰行业树立了良好品牌形象与市场口碑，稳居行业领先地位。产品案例如下：

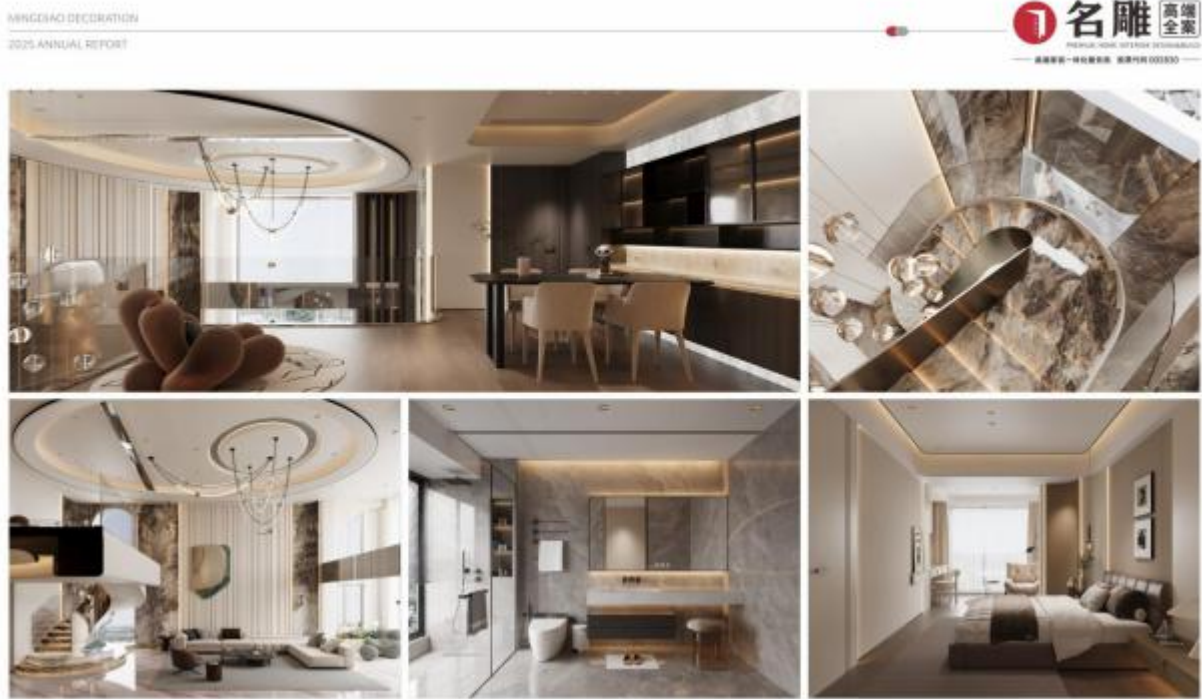


(2) 名雕丹迪：公司旗下服务高端客户的专业设计事务所，聚焦别墅、大宅及高端私人会所市场，主营定制化设计与施工一体化服务。公司凭借深厚的设计积淀、丰富的项目经验及对高端居住需求的深刻理解，持续引领别墅空间设计潮流，为客户打造高品质居住体验，是别墅和大宅家装领域的标杆品牌。产品案例如下：



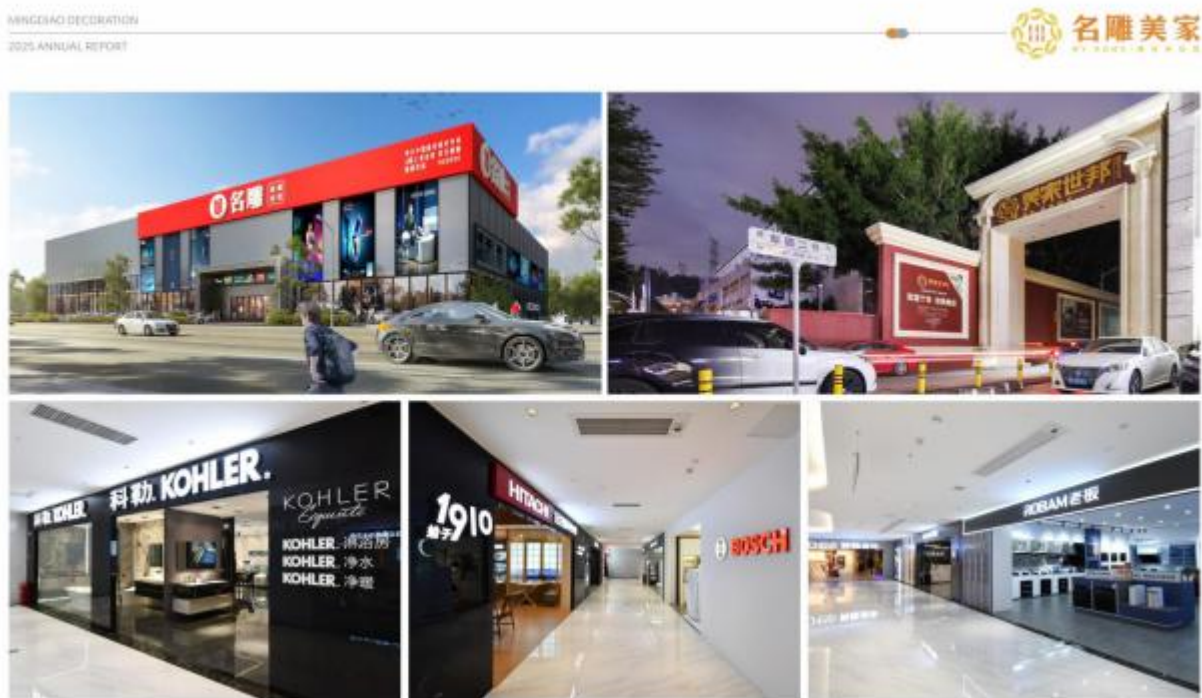
(3) 名雕高端全案：名雕高端全案是公司旗下具有重要战略意义的核心子品牌，是公司顺应市场趋势与客户需求升级打造的创新家装服务模式。该品牌突破传统装修模式局限，以高效、品质化的服务理念精准匹配客户需求，业务聚焦中高端户型市场，主要服务于追求品质生活、具备较高收入水平的年轻精英人士及家庭。该类客群对家装品质、效率、个性化体验，以及居住空间的美学设计、功能布局、环保健康等均具备更高标准。该品牌以深圳总部为核心辐射周边区

域，凭借服务品质与良好市场口碑，稳步推进区域拓展。截至目前，已成功将服务网络延伸至广州、佛山、东莞、惠州等重点城市。产品案例如下



3.主材及配饰选购服务

公司为客户提供一站式主材及配饰选购服务，通过整合建材行业优质品牌资源，在深圳、东莞、佛山等区域布局专业建材体验馆，为客户搭建品类丰富、选购便捷的消费场景，助力客户高效甄选优质产品，优化家装全流程体验。



(1) 深圳美家世邦：是公司打造的首家近万平方米高端建材体验馆，产品与服务覆盖主流装饰主材、软装饰品及综合配套服务，是公司一体化装饰服务体系的重要组成部分。体验馆依托公司完整服务布局，为客户提供主材及配饰等消

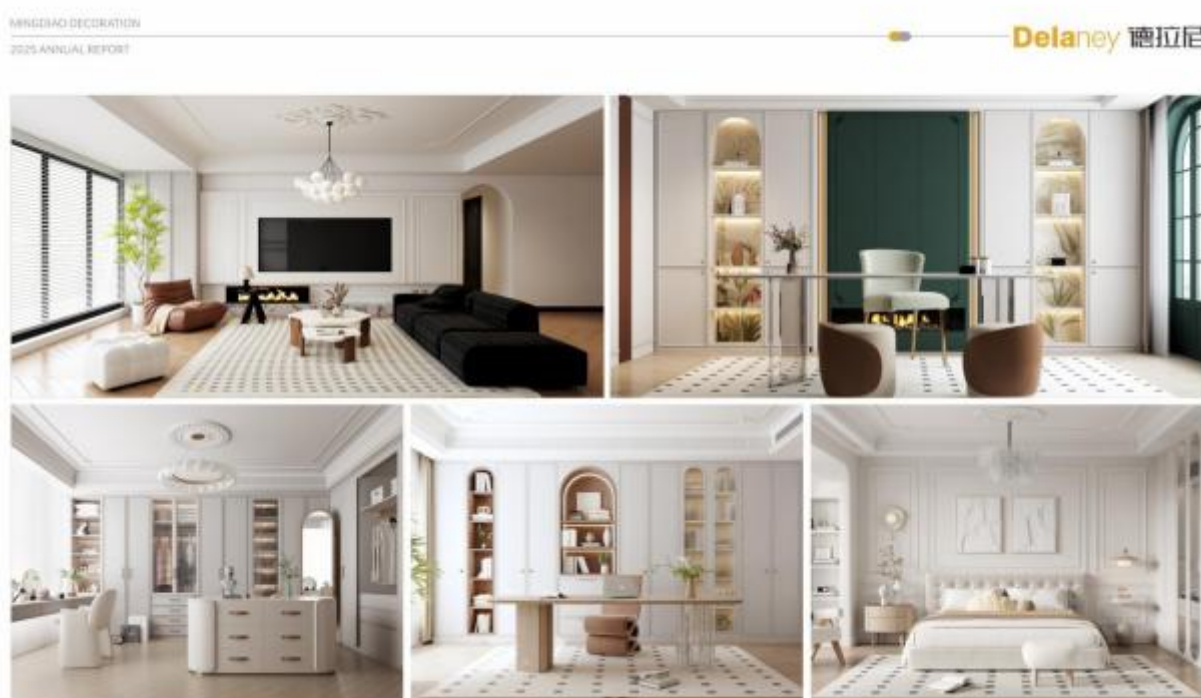
费和售后兜底完善配套服务，有效提升客户装修便捷性与满意度。

(2) 东莞美家建材体验馆：坐落于名雕东莞生态家居产业园内，服务范围覆盖大部分装饰主材、软装配饰及综合配套服务，为公司一体化装饰服务体系的关键节点。体验馆秉承“让客户满意”的核心价值观，为客户提供高品质建材产品与专业配套服务。

(3) 佛山美家家居生活体验馆：以高端家装设计院、工程指挥中心、运营中心为支撑，是公司精心打造的综合家装服务体验中心，为客户提供省心、省钱、省时的高端家装选购服务。

4. 木制品定制服务

公司为客户提供木制品家具个性化设计与定制化生产服务，是公司推进一体化家居综合服务战略、实现工厂化生产的关键环节。公司依托自身产业优势打造“德拉尼”高端定制品牌，现已推出北岛木歌、睿、漱石、圭吾、远山、大师、米兰、金刚琥珀等多风格产品系列，覆盖木门及门套、书柜、衣柜、背景墙、活动家具等全品类定制家居产品。该业务进一步夯实了公司在定制家居领域的工业化、规模化生产基础，可高效满足客户多元化、高品质、一体化的家居定制需求。产品案例如下：



5. 公共装饰设计与施工服务

公司突破住宅装饰领域边界，在深耕住宅装修核心业务并积淀深厚行业经验的基础上，稳步拓展公共空间装饰设计与施工服务，业务覆盖商业空间、办公空间等多元场景。为精准对接高端公装市场需求，公司打造专业子品牌名雕盛邦，专注为写字楼、地产商样板间、售楼处、会所等中小型高端公装项目提供兼具设计感与实用性的定制化装修服务。

6. 公司主要经营模式及竞争优势

面对市场环境复杂多变、竞争日趋激烈的行业形势，公司始终坚持以客户为中心、以客户满意为导向的服务理念，构建完善高效的经营服务体系。公司通过严格品质管控、深化全产业链资源整合，为客户提供高品质家装产品及服务，同时紧跟市场需求变化与技术创新趋势，推动公司持续稳健经营，实现高质量可持续发展。历经 27 年的实践沉淀与经验积累，公司经营模式呈现出以下显著特征：

(1) 体验式营销+顾问式服务

面对家装消费需求持续升级、消费者决策流程日趋复杂的市场环境，公司积极推进营销服务模式创新，构建形成“体验式营销+顾问式服务”双轮驱动的经营模式，以沉浸式场景体验与专业化服务，有效提升客户决策效率与消费信心。为保障模式落地实施，公司打造以美家世邦建材体验馆为代表的线下体验场景，让客户直观感受各类装修材料、家居产品及软装搭配的实际效果，形成对设计方案落地成效的清晰认知。同时，公司积极运用虚拟现实等数字化技术手段，为客

户提供装修效果沉浸式模拟体验，助力客户提前预览整体装修成果并优化设计方案。通过以上举措，公司发挥产品与服务核心优势，持续强化客户黏性与品牌认同感，为业务高质量发展提供有力支撑。

（2）直营化布局与全链条服务管控

公司以直营分公司作为区域市场拓展与服务网络覆盖的核心模式，通过标准化直营运营体系，确保品牌形象、服务品质及工程质量在各区域实现高度统一与有效管控。在推进跨区域业务布局过程中，公司有序新设直营分支机构，并同步配套建设物流配送中心及多元化生活示范空间。依托区域物流配送体系，公司实现主要装饰辅材的集中统一配送，有效保障材料供应的稳定性与及时性，为工程质量提供坚实支撑。同时，公司打造的实景生活示范间，全方位、直观化展示公司在设计创新、施工工艺、材料应用及工程管理等方面的综合实力，持续强化品牌竞争力与客户体验，为公司区域化、规模化、高质量发展奠定坚实基础。

（3）全流程设计管理模式

公司秉持以设计为导向的全流程设计管理理念，贯穿项目全生命周期。在方案设计环节，统筹考量施工工艺可行性、材料适配及软装协同等，实现设计方案美观与落地的统一。同时，公司要求设计师深度参与施工各关键环节，切实履行项目整体规划与过程监督职责。通过该模式，公司在满足客户使用功能与视觉效果需求的同时，保障施工成果与设计方案高度契合，将设计导向的家装服务理念落地于项目全过程，为客户打造品质精良的居住空间，持续提升核心竞争力与客户体验。

（4）可复制的商业模式

经过多年精细化管理与高效运营实践，公司深刻把握行业发展趋势，公司认为，标准化、可快速复制的“家装产品化”模式是未来行业发展的重要方向。基于此，公司持续加大在材料工艺研发、设计创新、主材集采、木制品定制、物流配送及一体化信息平台建设等关键环节投入，依托自有业务体系实现各业务单元高效协同与整合。在内部管理方面，公司强化对异地分支机构的统筹管理能力，将其作为商业模式规模化复制的核心保障。通过一体化数字家装平台，公司对设计、施工、交付、服务等全业务链条实施标准化、精细化、可追溯的强管控，确保服务质量与运营效率稳定输出。

目前，公司已搭建高效的自有业务生态体系，运营成效良好。未来，公司将依托稳健的经营积累、持续的研发投入与高效的资金运用能力，进一步推动家装产品化模式的规模化复制，助力公司可持续发展。

（5）产业链整合模式

公司矢志成为高品质、高效率、全流程家装解决方案的行业引领者，通过垂直整合产业链上下游资源，构建涵盖装饰设计、主材选购、项目施工、木制品定制、物流配送及售后服务的全产业链布局，实现产业链深度协同与一体化运营。公司搭建高效规范的供应链体系，对主辅材采购、仓储、配送等环节实施标准化管理，确保材料质量与环保性能达到行业领先水平。

（6）家装数字化战略转型

面对家装市场数字化变革趋势，公司立足长期发展战略，持续推进数字化体系建设与落地。自 2008 年起，公司率先布局数字化家装领域，将前沿科技深度融入家装业务，赋能客户服务体验升级。前端搭建数字化营销体系，依托大数据分析、精准营销等技术手段，实现客户拓展精准化与运营效能最大化；后端深化信息技术与数字化管理系统应用，持续优化业务流程、提升管理效率，全面夯实服务质量，提高客户满意度。

历经多年迭代升级，公司自主研发打造全流程数字化家装平台——名雕 SAAS 系统。平台以云计算、人工智能、大数据、物联网为技术支撑，构建销售云、工地云、供应链云、售后云四大核心系统，形成智慧门店、智慧工地、智慧供应链、智能售后一体化管控能力，实现从营销获客、签约履约、工地交付到供应链协同、售后服务的全流程闭环管理。该平台具备智能、高效、便捷、安全等显著优势，有效支撑公司降本增效与管理升级，持续提升客户体验与品牌价值，助力公司打造行业领先的高端家装品牌。

（二）公司产品市场地位

公司自成立以来，始终聚焦于建筑装饰和装修业务领域，凭借卓越的设计服务品质、精湛的工程施工工艺及完善的一体化家装解决方案，在行业内树立了良好口碑，尤其在面向中大户型住宅客户提供专业服务方面表现突出，在珠三角地区拥有较高的品牌美誉度。

在企业资质方面，公司持有住宅装饰设计领域最高等级资质——建筑装饰工程设计专项甲级以及建筑装饰装修工程专业承包壹级资质。

核心竞争力方面，公司依托设计创新与品质管控的突出优势，多次斩获行业重要奖项，品牌知名度与美誉度持续提

升，稳居行业领先阵营。作为家装行业领军企业，公司高度重视技术研发与创新，在工艺与材料领域累计获得 170 余项国家专利，拥有多项自主品牌产品，是行业内少数具备较强研发实力与自主知识产权的标杆企业之一。公司积极参与行业标准制定，助力行业规范化、高质量发展，同时在服务模式创新方面发挥引领作用，彰显领先企业的责任与担当。

（三）公司的施工及质量控制情况

报告期内，公司持有住房和城乡建设部颁发的建筑装饰工程设计专项甲级资质，有效期至 2028 年 12 月 29 日；建筑装修装饰工程专业承包壹级资质，有效期至 2028 年 12 月 22 日。

2025 年度，公司持续深化施工管理与质量控制体系建设，依托规范化施工流程、严苛验收标准及专业化技术团队，全面保障装修项目高品质交付。公司引进融合国际先进环保理念与技术标准，结合家装行业二十余年深耕积淀，通过持续技术研发与工程管理效能提升，全面执行“名雕 TQM”质量管理体系。同时，公司充分利用名雕 SAAS 数字化家装平台，实现了对工程品质的全流程严格管控，进一步巩固施工质量领域的核心优势。

凭借严格工程管理能力、精湛的施工工艺以及优质的工程质量，公司连续 20 多年荣获深圳市装饰行业工程类最高荣誉——“金鹏奖”，充分体现了市场对公司施工质量的认可。公司在施工及质量控制方面的专业能力，主要体现在以下五大核心领域：

1. 标准化材料采购与配送控制

高品质环保材料是保障工程质量与环保性能的核心基础。公司设立专业的规模化材料采购与配送中心及研发中心，通过外部集采与自主研发相结合，确保装修辅材、定制板材的绿色环保与品质达标。对核心辅材实行统一采购、统一配送的集中化管理，并通过名雕 SAAS 数字化家装平台管控材料流转，保障材料供应及时、全程可追溯。

2. 严格的施工流程与验收标准

公司强化施工人员技能培训与业务标准化管控，合理规划工期，保障施工进度与工程品质。对施工过程实施精细化节点管理，设立四大验收节点，涵盖十大细分阶段验收要点，各节点严格执行六项质量检测标准，制定 108 项验收细则，未达标项目不得进入下一道工序。公司向客户公开验收流程、标准及执行情况，从机制上防范偷工减料、工艺粗糙等问题。客户通过 SAAS 平台可实时查看施工进度与验收质量，实现服务透明化、可视化。

3. 环保材料与专利技术应用

公司坚守“0”污染家装理念，严格按照国标最高等级环保标准选用辅材，与国内外一线环保品牌建立长期稳定合作，保障居住环境安全健康。公司拥有 170 余项国家专利及多项自主品牌产品，是行业内少数具备研发能力与自主知识产权的企业之一。健康水路、安全电路、环保功能板、无甲醛粘剂等创新技术与材料得到广泛应用。

4. 一体化服务与品质保障

公司作为一站式家装解决方案提供商，构建集设计、施工、主材选购、物流配送、木制品定制、软装搭配及售后服务于一体的全流程服务体系。公司采用直营管理模式，以统一的管理标准、服务规范与质量控制体系，从源头保障工程质量与服务品质的一致性、稳定性，为客户提供高品质、标准化家装服务。

5. 客户服务团队的支持

公司将客户服务体验视为企业发展的生命线，配备专业 24 小时客服服务，设立客户服务中心与售后服务中心，及时响应并解决装修全周期内的各类问题，提供高效的售后维修及保养服务。通过完善的客户服务机制，公司打造全周期、全方位服务体系，持续提升客户满意度，树立优质品牌形象。

报告期内，公司不存在重大项目质量问题。

3、主要会计数据和财务指标

（1）近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：元

	2025 年末	2024 年末	本年末比上年末增减	2023 年末
总资产	1,418,477,043.53	1,361,094,947.16	4.22%	1,453,271,504.43

归属于上市公司股东的净资产	680,217,696.74	670,275,356.52	1.48%	681,351,528.31
	2025 年	2024 年	本年比上年增减	2023 年
营业收入	705,361,377.29	673,861,171.13	4.67%	784,152,946.01
归属于上市公司股东的净利润	42,832,221.22	40,681,231.21	5.29%	39,088,119.15
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	42,366,025.44	40,140,561.00	5.54%	37,272,947.87
经营活动产生的现金流量净额	101,587,350.98	25,162,798.25	303.72%	87,395,323.67
基本每股收益（元/股）	0.33	0.31	6.45%	0.29
稀释每股收益（元/股）	0.33	0.31	6.45%	0.29
加权平均净资产收益率	6.37%	6.08%	0.29%	5.85%

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	117,732,243.12	149,228,223.75	170,628,080.10	267,772,830.32
归属于上市公司股东的净利润	2,918,178.43	4,764,295.94	8,222,397.57	26,927,349.28
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	2,800,748.13	4,831,877.96	8,245,923.91	26,487,475.44
经营活动产生的现金流量净额	9,378,313.80	61,808,583.58	29,843,673.49	556,780.11

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□是 否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	10,257	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	15,078	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		
					股份状态	数量	
蓝继晓	境内自然人	22.55%	30,073,000.00	22,554,750.00	不适用	0	
林金成	境内自然	21.89%	29,188,500.00	21,891,375.00	不适用	0	

	人					
彭旭文	境内自然人	21.89%	29,188,500.00	21,891,375.00	不适用	0
姜鑫	境内自然人	3.15%	4,202,488.00	0.00	不适用	0
谢心	境内自然人	1.12%	1,500,000.00	0.00	不适用	0
严凯聃	境内自然人	0.54%	722,500.00	0.00	不适用	0
肖文辉	境内自然人	0.52%	700,000.00	0.00	不适用	0
中信证券资产管理(香港)有限公司-客户资金	境外法人	0.52%	693,573.00	0.00	不适用	0
高盛公司有限责任公司	境外法人	0.48%	638,443.00	0.00	不适用	0
上海唐奇资产管理有限公司-唐奇盛唐一号私募证券投资基金	其他	0.42%	557,300.00	0.00	不适用	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司未知上述股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明(如有)	严凯聃通过普通账户持有公司股份 162,900 股，通过广发证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有公司股份 559,600 股，合计持有公司股份 722,500 股；上海唐奇资产管理有限公司-唐奇盛唐一号私募证券投资基金通过普通账户持有公司股份 315,400 股，通过中国银河证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有公司股份 241,900 股，合计持有公司股份 557,300 股。					

持股 5%以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

适用 不适用

前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

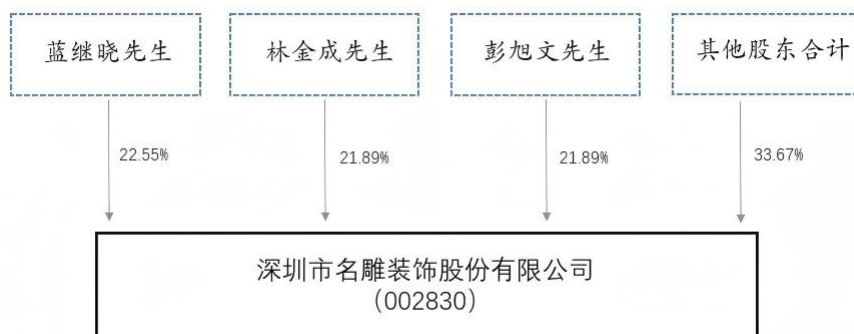
适用 不适用

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

2024年2月23日，公司召开第六届董事会第三次会议审议并通过了《关于以集中竞价交易方式回购公司股份方案的议案》，公司拟以自有资金不低于人民币2,000万元（含），不超过人民币4,000万元（含）回购公司股份，用于实施股权激励计划或员工持股计划。具体内容详见公司在巨潮资讯网上披露的《关于以集中竞价方式回购公司股份方案的公告》（公告编号：2024-011）。

截至2025年1月14日，公司回购股份方案已实施完毕，公司通过回购专用证券账户以集中竞价交易方式累计回购股份数量1,950,000股，占公司总股本的1.4624%，最高成交价为13.44元/股，最低成交价为9.12元/股，成交总金额20,237,912.00元（不含交易费用）。回购股份资金来源为公司自有资金，公司实际回购金额已达回购股份方案中的回购资金总额下限，且不超过回购资金总额上限。回购符合相关法律、法规的要求，符合公司既定的回购股份方案。