

证券代码：300749

证券简称：顶固集创

公告编号：2022-021

# 广东顶固集创家居股份有限公司

## 2021 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。

所有董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议。

大华会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

本报告期会计师事务所变更情况：公司本年度会计师事务所由变更为大华会计师事务所（特殊普通合伙）。

非标准审计意见提示

适用  不适用

公司上市时未盈利且目前未实现盈利

适用  不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用  不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

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	顶固集创	股票代码	300749
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	徐冬梅	陈远强	
办公地址	中山市东凤镇东阜三路 429 号	中山市东凤镇东阜三路 429 号	
传真	0760-22620126	0760-22620126	
电话	0760-22620126	0760-22620126	
电子信箱	TR@china-tg.com	TR@china-tg.com	

## 2、报告期主要业务或产品简介

### 一、报告期内公司所处行业情况

#### 1、行业概况

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”。

公司主营定制衣柜及配套家居产品（全屋定制），是家具制造业的细分领域，定制家具产品产业链上游主要为板材、铝材、五金材料等行业，下游主要面向新房装修以及存量房二次装修需要购置家具的消费者、精装楼盘的房地产开发商、装修公司等。近年来，定制家具行业处于行业快速发展的阶段，市场渗透率尚较低，市场基数小，仍有较大提升空间，行业现阶段不存在明显的周期性波动，但宏观经济发展周期、地产销售周期、国民收入及消费者消费理念的变化等，对定制家具行业周期性会产生一定的影响。在生产及消费领域，定制家具行业的消费没有明显的区域性特征，但与区域的经济发达程度及房地产行业的发展具有一定的关联性。定制家具行业的季节性与居民的商品住房购买和商品房的交房时间有关，也与居民旧房二次装修需求有关，由于气候差异对装修效果的影响以及春节因素影响，定制家具行业一般上半年属于销售淡季，下半年属于销售旺季。

近年来，定制家具行业发展迅速，从单一定制家具品类发展到全屋定制家具，进而各大家居企业通过资源的整合及柔性化生产制造，不断丰富延展产品品类，为消费者提供全方位的定制家居解决方案，从全屋定制发展为整装大家居，实现了消费者拎包入住一站式服务。随着人们生活水平不断提高，消费者开始秉承自然、绿色、环保、安全的消费观念，追求环保健康的家居环境，定制家居逐渐向“健康环保”转型成为行业发展的新趋势。

在国家大力倡导“供给侧结构性改革”和“中国制造2025”、“一带一路”的大背景下，家居行业整体发展保持着平稳的增长态势，家居行业的转型升级进入新阶段，行业通过商业模式的创新转型、品牌及营销的提升优化、产品品质的提质升级，家居行业发展日益成熟；同时，随着环保政策、行业规范日益明晰，家居行业正从家居生产商逐步向住居生活服务商转变，逐渐实现从价值链中低端向中高端的转移，通过持续改革与创新适应新的发展形势。

随着互联网的快速发展和国民消费水平的不断提高，现代消费者对家居生活的舒适度、便捷性、实用程度以及产品功能要求越来越高，智能锁、智能猫眼、智能晾衣机、智能马桶、智能窗帘、智能门窗、智能灯具、智能厨电、智能空调、远程监控等智能单品成为越来越多家庭的选择，产品智能化已经成为家居市场的主要发展趋势之一。随着在互联网思维及智能家居的大浪推动下，通过线路综合布置、网络通讯技术、家电自动化、物联网、云计算及人工智能等技术打造互联互通的智慧家庭体系，智能家居由单品智能逐步向全屋智能发展。

家具行业属于房地产后周期行业，与房地产行业景气度紧密相关，消费需求一方面源自新建住宅的装修，另一方面源自存量住宅的装修，其中包括存量毛坯房初始装修、消费者在住房屋翻新装修以及二手房翻新装修。2021年家具制造业营业收入、利润总额呈现增长态势，根据国家统计局发布的2021年规模以上工业企业主要财务指标（分行业）显示，家具制造业实现营业收入8,004.6亿元，同比增长13.5%，利润总额433.7亿元，同比增长0.9%。近年来国家加强了对房地产市场的管控，为了保持房地产市场的平稳健康发展，遏制投机性需求，抑制部分城市房价过快上涨的势头，陆续出台了一系列房地产宏观调控政策，有效控制了房地产市场的过热增长。其中，2020年8月出台的“三道红线”融资新规对房地产企业有息负债的规模增速进行限制，房地产企业在融资政策收紧的预期下融资难度有所增加，现金流趋于紧张。2021年以来，房地产企业债务违约事件频现，如果未来国家加大对房地产的调控力度或者宏观经济形势发生变化，房地产企业未能较好地应对包括“三道红线”在内的调控政策，导致房地产市场景气度下降，将会对家具行业发展产生一定的影响。

#### 2、行业地位

公司立企二十载，凭借明显的研发优势及优秀的综合运营能力、创新能力，在全屋定制、精品五金、智能五金、定制生态门、系统门窗领域拥有明显的竞争优势，是国内全屋定制、精品五金、智能五金、定制生态门、系统门窗领域的知名品牌之一，在品牌知名度、设计研发、营销网络、综合服务等方面竞争优势明显，市场影响力较强。公司拥有的定制衣柜及配套家具产品大规模柔性化定制生产能力，及精品五金、智能五金技术集成应用于定制家具产品优势和完善的产品质量控制体系

等均在行业保持领先优势。

公司坚持以客户为中心，秉承“顶固，让您放心”的经营宗旨，近年来，公司不断开拓市场，公司经销网络遍布全国大中小城市，品牌知名度不断提升，市场占有率不断增大，同时公司不断加大研发投入、加强内部管理、提升生产工艺和智能制造水平，进一步提高了研发能力、综合运营管理水平，降低了企业经营成本，为公司持续发展提供了双重保障。

## 二、报告期内公司从事的主要业务

### （一）公司主营业务情况

公司成立于2002年，主要从事定制衣柜及配套家居、精品五金、智能五金、定制生态门、系统门窗等产品的研发、生产和销售，公司秉承“顶固，让您放心”的经营宗旨，专注绿色、安全、环保、高品质的定制化家居产品，通过系统空间定制为客户打造全屋一体化高端整体解决方案，致力于成为系统空间定制、智能五金两大领域全球领先的创新方案解决商。经过多年来的专注与发展，公司现有收纳系统（衣柜、玄关柜、阳台柜、浴室柜等）、厨柜系统、民用五金系统、商业五金系统、智能系统（智能锁、智能晾衣架、智能毛巾架、智能马桶等）、木门系统（木门、生态门）、门窗系统（吊滑门、门窗）等七大品类。

公司以“顶固全屋定制”、“顶固安全智能锁”、“顶固集创门窗”、“顶固高端整装”、“顶固智能晾衣架”、“顶固高端定制”等组成大家居品牌矩阵。

产品图片展示：

类型	主要产品	图片
收纳系统	衣帽间、衣柜、厨柜、书柜、电视柜、鞋柜、卫浴柜、阳台柜等	 <p>The image block contains two photographs. The top photograph shows a contemporary living room with a white sofa, a coffee table, and a large window. The bottom photograph shows a study or office area with a desk, a bookshelf, and a chair.</p>



		
橱柜系统	厨柜、厨电等	 

<p>民用五金系统</p>	<p>门锁、拉手、铰链、门吸、合页、吊轮、吊轨等</p>	 <p>The image displays three separate product advertisements for Topstrong hardware. The top advertisement features a black door pull with the text '顶固 Topstrong', '免钉防风静音地门吸', '超强抗风, 静音静音', and 'AZZX3223M'. The middle advertisement shows a sleek, curved handle against a red background with the text '顶固 Topstrong', '流星系列', '流星系列', and 'METEOR SERIES'. The bottom advertisement depicts a pull handle in a dark tray with other hardware components, with the text '顶固 Topstrong', '简约锌合金拉手', 'AJZL705-0032 铜古铜/哑光拉丝', 'AJZL705-0096 钛古铜/哑光拉丝', and '标准尺寸: 95/120'.</p>
---------------	------------------------------	---

<p>商业五金系统</p>	<p>门锁、拉手、铰链、门吸、合页、吊轮、吊轨、防火把手、逃生推杆系统、闭门器、顺位器等</p>	
<p>智能系统</p>	<p>智能门锁、智能晾衣机、智能马桶、智能毛巾架等</p>	





<p>木门系统</p>	<p>生态门、木门</p>	
<p>门窗系统</p>	<p>铝合金门窗</p>	

**(二) 公司主要经营模式**

公司拥有独立、完整、适合自身发展的原材料采购、生产及产品销售体系，形成了自身的经营模式。

**1、采购模式**

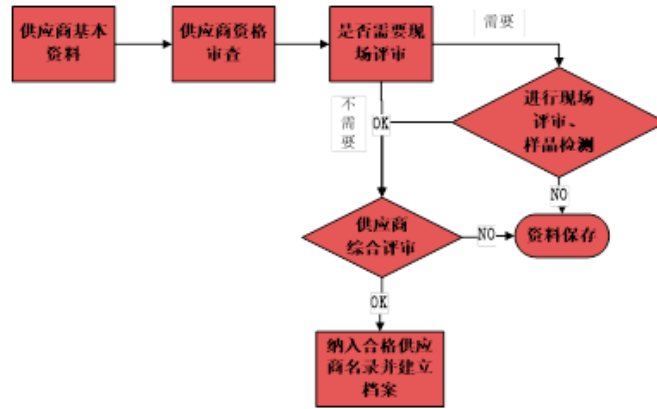
公司采购的主要物料包括各类板材、铝材、锌合金、衣柜其他组件配件、厨柜其他组件配件、锁具材料、智能晾衣机配件、门窗组件、五金配件及其他辅助原材料等。

**(1) 供应商开发**

公司各事业部下设供应商开发部，负责主要材料供应商的开发与管理，并紧密关注主要物料供应商的变动情况。为保证公司产品的品质，公司制定了严格的供应商开发与评审制度，对于重要物料，需要经过实地评估和样品评估程序，经评估合格后，方可纳入合格供应商名录。供应商开发部每年对各类主要物料供应商进行评审，由供应商报价，并综合考虑各供应商产品品质、生产能力、业内口碑、售后服务、价格等诸多因素后，各主要物料供应商一般选定2-3家，并与其签订年度框架协议合作协议。

公司供应商开发简要流程图如下：





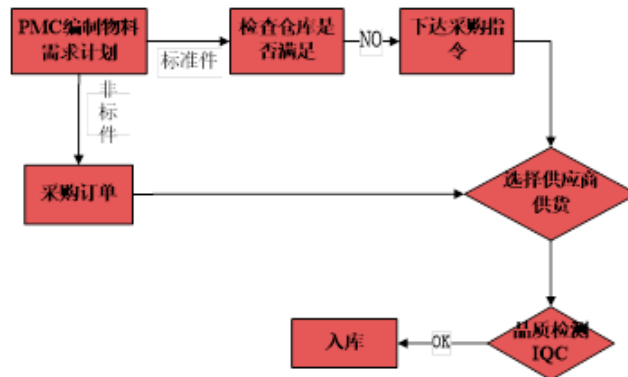
(2) 采购流程

公司各事业部下设的PMC部门负责制定物料需求计划；供应商开发部门负责供应商的选择及合同签订；质量管理部门负责对产品进行检验，合格产品予以入库；财务部门负责核对采购价格及最终付款。

采购量根据采购月度计划确定。采购月度计划由PMC部门根据前三个月及上一年度同期销售情况、当前订单情况并结合生产部门的产能计划等对本月的采购需求进行预测，同时对于生产标准件的原材料，结合标准件的库存、安全库存等进行需求预测，下达采购订单。

采购材料的检测由质量管理部负责，检测合格产品予以入库，不合格产品予以退回，并将检测结果纳入供应商考核体系。

公司物料采购的简要流程如下：

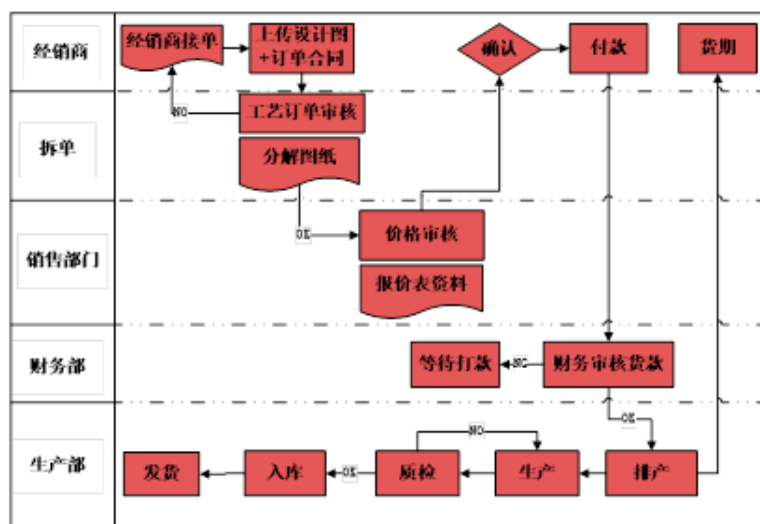


报告期内，公司的原材料采购、生产流程与检验工序严格执行我国相关家居行业的国家标准或行业标准，包括但不限于：GB5296.6—2004《消费品说明第6部分：家具》、HJ2547-2016《环境标志产品技术要求家具》、GA701-2007《指纹防盗锁通用技术条件》、GB/T3324—2017《木家具通用技术条件》、QB/T1951.1—2010《木家具质量检验及质量评定》、GB/T11718—2009《中密度纤维板》、QB/T2530—2011《木制柜》、QB/T 4597-2013《移门轮轨通用技术条件》等。

公司产品的原材料采购、生产流程与检验工序除执行我国相关家居行业的相关国家标准或行业标准外，还需要严格执行公司有关产品质量及环保责任相关的内控制度与控制标准。

2、生产模式

公司全屋定制产品以“量身定制”为核心，采用订单驱动方式进行生产。公司在接受订单后，将订单拆分为各种组件，并根据客户订单、工程项目的需求和交货期限安排生产。全屋定制产品具体生产流程如下：



对于精品五金产品，公司会根据市场需求预测、年度销售计划及现有订单、现有库存等情况，制定月度销售及生产计划，在保证市场需求的同时，降低库存，提高存货周转率。

生产过程中，公司会将部分工序委外加工，如五金电镀、五金机加工、板材加工等，主要是因为：一方面可以集公司资源于核心工序；另一方面，适当的产业链分工、专业化生产可以提高效率并降低成本。

### 3、研发模式

公司以研发、创新作为公司发展的核心推动力，公司设置了研发中心，各事业部下并设有研发部门。公司研发中心进行产品研发战略统筹，各事业部研发部门每年根据市场动态、产品销售分析和公司发展需求开发有竞争力的产品。

公司一直以来坚持原创设计，自主创新。除了拥有多支优秀高水平设计师团队和工程师团队外，还与国内知名高校、科研院所等建立“产学研合作平台”，与国内知名设计公司、意大利等顶级设计师达成战略合作联盟。成熟的研发管理体系、完善的培训和研发激励机制使公司研发水平和创新能力在定制家居行业的处于领先水平。

### 4、销售模式

报告期内，公司销售渠道继续保持以经销模式为主，大宗客户和直营模式为辅的销售模式，同时积极拓展整装业务渠道。

#### (1) 经销模式

经销模式是在指定的区域内，公司授权符合要求的经销商按照公司要求开设“顶固”品牌全屋定制、精品五金或集创门窗产品零售及批发业务的一种销售模式。

公司采取买断式销售方式与经销商进行合作，并按照产品品类（如全屋定制、精品五金及集创门窗）分别与经销商签订经销合同。

#### (2) 大宗客户模式

大宗客户模式是公司向房屋装修领域的房地产开发建筑商、装修公司等大宗客户提供定制家具、精品五金产品的直销模式。主要开拓地产住宅、酒店、公寓、学校、医院、办公楼等各类工程业务。公司组建了工程事业部，统一负责大宗客户的业务开拓与管理工作。

报告期内，公司强化风险管理，推动大宗客户结算方式优化，加大优质地产客户资源的获取，强化与央企、地方国企及优质民企等房地产企业的战略合作。

#### (3) 整装模式

整装模式是指公司在全国范围选择与综合实力较强的家装公司开展合作，基于BIM技术，充分利用公司的品牌知名度、丰富的产品品类，整合国内知名家居品牌，从单一整装产品到“基装+建材主材+定制家居+成品家具+软装+家电”全产品线布局出发，依靠丰富的营销经验和高效的流量整合资源，打通“全渠道”运营模式。

#### (4) 直营模式

直营模式是指公司直接销售产品给终端客户,包括线上直接销售给客户或在无经销商的重点城市大型家装卖场投资设立专卖店并销售公司产品。

### (三) 公司主要产品及竞争对手情况

#### (1) 全屋定制产品

报告期,公司的全屋定制产品主要包括定制衣柜、橱柜、门窗及包括入户空间、书房、儿童房、客厅、餐厅等在内的全屋定制家具产品。经过十多年的专注发展,公司的“顶固”品牌已在市场竞争中形成了明显竞争优势,拥有较高的品牌美誉度和市场占有率,公司产品的主要消费群体包括商品房(毛坯房)购买者、旧房二次装修消费者、精装楼盘的房地产开发商、家装公司等。

近年来,全屋定制家具市场发展迅速,定制家具以其具备个性化设计、高空间利用率、美观时尚、环保节约等诸多优点,取得了较快速发展。得益于行业的良好发展,已有包括如索菲亚、好莱客、欧派家居、尚品宅配等在内的多家定制品牌企业率先获得上市融资,并且在资本实力大幅增强后纷纷投入扩大产销规模、渠道布局,取得了较优异的业绩表现。

公司作为国内定制行业知名品牌之一,在国内市场具备较强的先发优势,尤其在智能制造、产品智能化、设计研发、精品五金和智能五金技术集成应用于定制家具产品、信息化技术等方面优势明显,公司实行差异化战略,产品具有较高的知名度,在中高端市场占有较高的市场份额,处于市场领先地位。

#### (2) 精品五金产品(含智能五金)

报告期,公司精品五金产品主要包括普通机械门锁、智能门锁、铰链、滑轮及滑轨、合页、三节轨、门吸、智能晾衣机、智能毛巾架等。公司以家居五金起家,多年来一直致力于向客户提供家居五金系统整体解决方案。目前,公司可以为商用工程、民用工程以及门业生产厂家提供完整配套的美标、欧标及国标全系列工程五金产品解决方案。公司在家居五金领域行业地位较为领先。公司产品的主要消费群体包括新房装修和旧房二次装修消费者、精装楼盘的房地产开发商、家装公司等。

自2010年开始,公司在机电一体化技术领域进行了研究与产品开发,经过十多年的研究与积累,公司在智能门锁、智能晾衣机、智能门控以及智能家居产品领域积累了较为深厚的技术沉淀与产品应用经验。随着家居产业的迅速崛起,行业发展突飞猛进,公司的竞争对手也纷纷加大自身品牌的传播与渠道的建设。

精品五金产品种类繁多、档次差异较大,市场整体较为零散。行业竞争可按中高端和低端产品来区分:中高端市场,企业主要依靠其产品质量、品牌、渠道、技术、管理及规模等优势,以生产系统化的中高端五金产品为主,参与市场竞争。在精品五金中高端市场,主要竞争对手有“雅洁”、“汇泰龙”等品牌;在低端市场,企业生产规模较小,品牌意识较弱,以零散的形式参与区域市场竞争。目前大量中小五金企业在低端市场无序竞争、低价竞争,产品技术含量较低,同质化现象严重。

随着我国经济的高速发展和居民生活的改善,家居生活对家庭和个人越来越重要,人们对家居的舒适度要求越来越高。现代人希望的懒汉式的生活方式要求五金件越来越人性化和智能化。智能晾衣机、无钥匙开锁、远程监控等,正在成为越来越多家庭的必备要求。因此,智能化已逐步成为家居五金的一大发展趋势,其市场容量及未来增长空间较大。目前智能晾衣机产品主要的竞争对手有“好太太”、“绿米”等品牌;智能门锁产品主要竞争对手有“鹿客”“德施曼”等品牌。

#### (3) 集创门窗产品

集创门窗是集成水密性、气密性、保温性、隔音性、抗风压等结构性能,具有安全、美观、节能、环保等优点的创新型门窗产品。主要产品涵盖室内外铝合金门窗、推拉门、全景阳台门、阳光房,室内生态房门、卫浴门、隔断门、护墙板等产品,为消费者提供一站式全屋门窗解决方案,营造高端品质与艺术涵养兼具的生活体验。生态门产品主要竞争对手有“TATA木门”、“梦天木门”等品牌,门窗产品主要竞争对手有“贝克洛”等品牌。

### 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

	2021 年末	2020 年末	本年末比上年末增减	2019 年末
总资产	1,635,134,176.00	1,463,186,497.06	11.75%	1,188,155,158.83
归属于上市公司股东的净资产	701,447,186.06	806,285,225.00	-13.00%	789,865,162.17
	2021 年	2020 年	本年比上年增减	2019 年
营业收入	1,298,276,682.36	872,392,023.47	48.82%	929,728,775.24
归属于上市公司股东的净利润	-84,828,436.91	21,740,974.83	-490.18%	77,887,370.91
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-87,811,356.78	14,801,195.24	-693.27%	67,448,387.27
经营活动产生的现金流量净额	-17,472,918.06	106,740,455.43	-116.37%	62,752,065.05
基本每股收益（元/股）	-0.41	0.11	-472.73%	0.38
稀释每股收益（元/股）	-0.41	0.11	-472.73%	0.38
加权平均净资产收益率	-11.28%	2.75%	-14.03%	10.19%

#### (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	169,656,633.20	352,772,178.74	364,275,775.55	411,572,094.87
归属于上市公司股东的净利润	14,379,181.81	26,784,017.47	31,031,097.63	-157,022,733.82
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	13,517,330.05	24,561,008.94	27,958,126.57	-153,847,822.34
经营活动产生的现金流量净额	-85,315,478.19	-45,221,596.89	10,067,949.67	102,996,207.35

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	13,495	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	14,346	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	持有特别表决权股份的股东总数（如有）	0
前 10 名股东持股情况							
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	
林新达	境内自然人	30.79%	63,698,400	47,773,800	质押	17,900,000	
林彩菊	境内自然人	6.07%	12,549,600				
曹岩	境内自然人	5.67%	11,735,100		质押	8,170,000	
中山市凯悦投资企业（有限合伙）	境内非国有法人	4.07%	8,413,200				
中山市建达饰品有限公司	境内非国有法人	2.22%	4,601,500				
林根法	境内自然人	1.74%	3,607,500				
中山市顶盛企业管理咨询有限公司	境内非国有法人	1.44%	2,984,700				
任丽峰	境内自然人	1.39%	2,870,000				
张燕	境内自然人	1.31%	2,706,500				
孟福卿	境内自然人	1.23%	2,550,000				
上述股东关联关系或一致行动的说明			1、林新达与林彩菊为夫妻关系，为公司控股股东、实际控制人；2、林根法是林彩菊妹妹的丈夫；3、林新达是中山市凯悦投资企业（有限合伙）的执行事务合伙人，及中山市建达饰品有限公司和中山市顶盛企业管理咨询有限公司的法定代表人。				

公司是否具有表决权差异安排

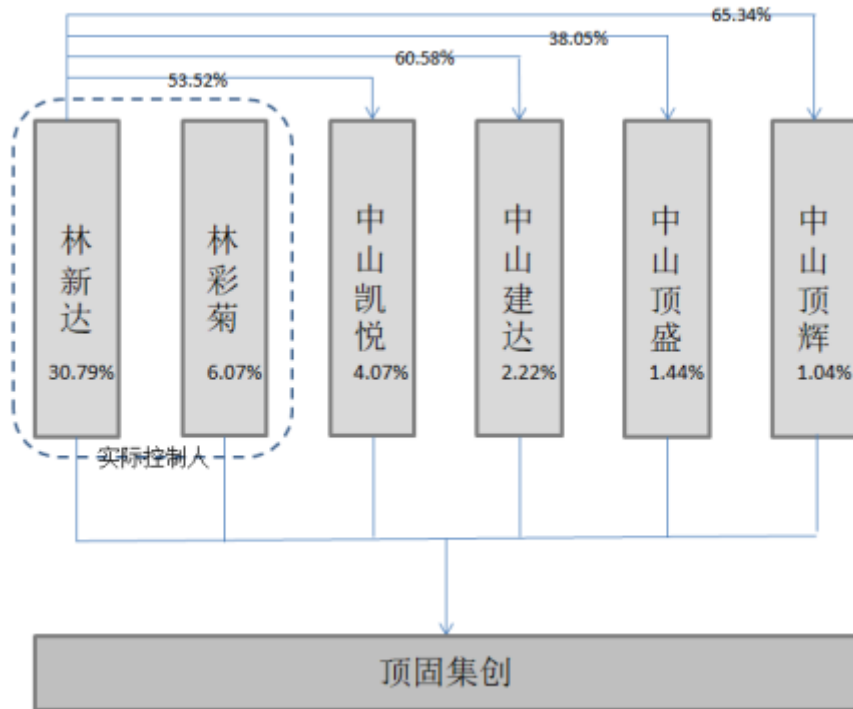
□ 适用 √ 不适用

## (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

2021年，公司实现营业收入129,827.67万元，较上年同比增长48.82%，归属于上市公司股东的净利润为-8,482.84万元，较上年同比减少490.18%，经营活动产生的现金流量净额-1,747.29万元，较上年同比减少116.37%，每股收益-0.41元，较上年同比减少472.73%。公司经营出现亏损主要系报告期内公司为客观、公允地反映公司财务状况和经营成果，按照《企业会计准则》及公司会计政策的相关规定，公司及下属子公司对截止2021年12月31日的各项资产进行了全面清查，对可能发生减值迹象的资产进行了充分的评估和分析并进行资产减值测试，基于谨慎性原则，对存在可能发生资产减值迹象的相关资产计提减值损失，公司及子公司本期计提各项资产减值损失合计20,003.46万元，其中信用减值损失17,902.25万元，主要为报告期内公司持有的部分商业承兑汇票出现逾期尚未兑付，对相关应收款项进行单项计提充分信用减值损失；资产减值损失2,101.21万元，主要为存货跌价准备和长期股权投资减值准备。

请投资者关注。