

证券代码：300749

证券简称：顶固集创

公告编号：2023-009

广东顶固集创家居股份有限公司

2022 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。

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利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以 206,355,550 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1 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 0 股。

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) 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”。

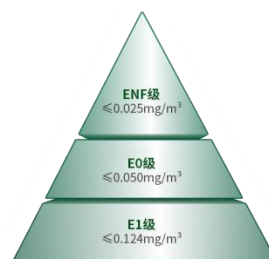
2) 行业发展情况

中国家具产业历经改革开放 40 余年来的快速发展，已从传统手工业发展成为以机械自动化生产为主的现代化大规模产业。近年来，家具企业也正积极运用互联网、智能制造、绿色生产等技术提升行业制造水平，当前我国家具行业正处于结构调整的关键阶段。根据《中国制造 2025》提出，“推进信息化与工业化深度融合”的重点任务，加快推动新一代信息技术与制造技术融合发展，把智能制造作为两化深度融合的主攻方向。通过“两化”深度融合，引领和带动整个制造业的发展，着力发展智能装备和智能产品，推进生产过程智能化，培育新型生产方式，全面提升企业研发、生产、管理和服务的智能化水平，党的二十大报告提出，“推动制造业高端化、智能化、绿色化发展”，这为家具行业的发展指明了方向。家具智能制造技术将改变家居的设计方法、生产模式和经营模式，对企业生产与运作提出了更高的要求。

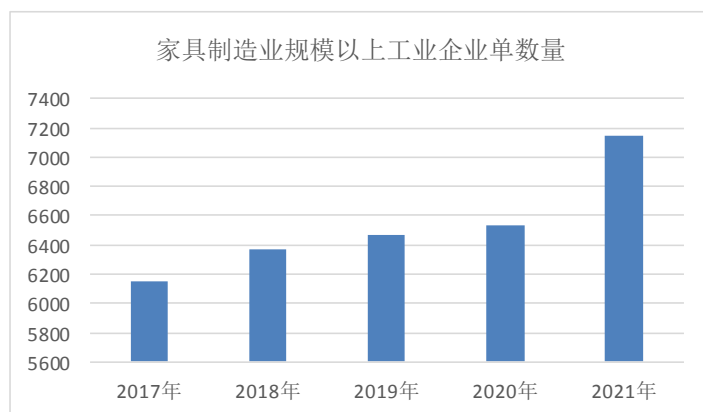
家具行业属于房地产后周期行业，与房地产行业景气度紧密相关，消费需求一方面源自新建住宅的装修，另一方面源自存量住宅的装修，包括存量毛坯房初始装修、消费者在住房屋翻新装修以及二手房翻新装修。家具产品按生产模式不同，可分为手工打制家具、成品家具和定制家具。定制家具的兴起，最初主要集中在定制衣柜、定制橱柜等领域，随着家具企业生产技术的提高和中国居民对家具消费理念的成熟，定制家具逐步拓展到卧室、书房、客厅、餐厅以及厨房等全屋家具领域，能够为消费者提供全屋一体化整体定制解决方案，满足消费者的个性化设计、整体风格统一、空间利用率高、安全环保等需求。定制家具生产模式主要实行“以销定产”，根据客户需求进行订单式生产，有利于环境保护减少木材等资源浪费、降低企业成品库存、降低经营风险，提高盈利能力，增加社会效益。

随着国民经济的持续发展，居民收入和生活水平不断提升，消费者对家具产品不再满足于基本的功能，更加注重产品的品牌、品质与消费体验。为了适应消费者个性化需求，家具企业对产品研发、设计、品牌塑造等投入持续提高，不断提升产品的美感和使用体验，提高品牌在消费者心中的认知度和美誉度。同时，年轻一代消费群体逐渐成为消费主力，他们更趋向于通过一体化设计、一站式配齐、一揽子服务，省去东奔西跑、东拼西凑，通过一站式的服务便能完成全房装修和实现更好的整家空间解决方案。随着消费者的迭代、消费痛点变化、获取信息渠道多元化、时间碎片化，消费形态逐渐形成了新规律，这将进一步促进家具品牌化的发展。未来家具企业将会更加注重品牌建设产品研发、设计，适应满足消费者对家具产品提出的新需求，家具行业将向新零售、新营销、新服务方向发展。

随着人们生活品质的提高及消费观念的进步，消费者对绿色、健康生活的向往与日俱增。消费者进行家居布置时，在满足使用功能、美观、个性化需求等基础上，对健康环保等要素也更为重视，对家居产品的选用也有更高的要求。作为被世界卫生组织确定为致癌和致畸形物质之一“甲醛”，甲醛释放量是否合规成为消费者衡量家居产品品质的首要标准之一。国内家具行业环保标准通常以 E1 级、E0 级等为主要环保等级，2021 年国家推出了 ENF 环保新国标，规定甲醛释放量 $\leq 0.025\text{mg}/\text{m}^3$ 。随着消费升级、环保政策趋严、消费者安全意识和环保意识的不断增强，为家具生产企业提出了更高的要求。绿色健康、低碳环保将会是未来行业发展的主流趋势。



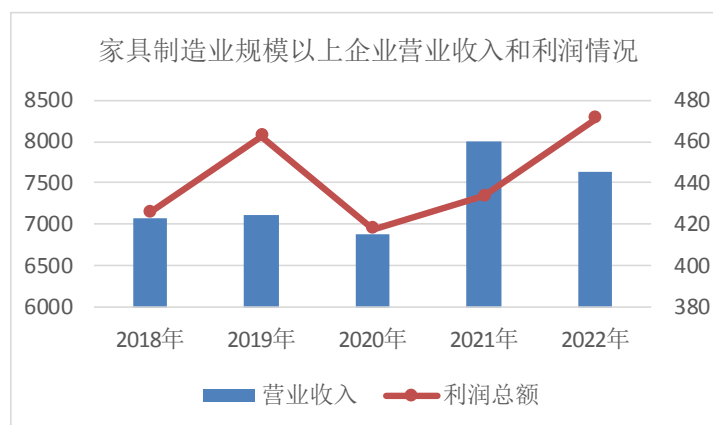
随着我国城镇化、工业化、信息化进程的加快，家具行业得到了快速发展，但市场渗透率尚较低，市场基数小，仍有较大提升空间。近年来，得益于政策扶持以及需求上升，行业进入有序发展阶段，行业规模以上企业数量在不断增长。2021 年中国家具行业规模以上企业数量为 7149 个，同比增长 9.46%。



数据来源：国家统计局

过去由于受城镇化进程持续推进、房地产发展以及存量房装修需求、居民消费习惯改变等因素的影响，我国家具市

场发展迅速。自 2020 年因突发公共卫生事件以来，市场环境发生了较大变化，出现了经济下行、市场消费需求延后等较多不确定因素，家具行业发展受到了一定影响，根据国家统计局发布的我国家具行业规模以上企业营业收入和利润情况显示：2020 年营业收入为 6875.4 亿元，同比降低 6%，利润总额为 417.7 亿元，同比下降 11.1%；2021 年营业收入为 8,004.6 亿元，同比增长 13.5%，利润总额为 433.7 亿元，同比增长 0.9%；2022 年营业收入 7624.1 亿元，同比下降 8.1%，利润总额为 471.2 亿元，同比增长 7.9%。2022 年 12 月，中共中央、国务院印发了《扩大内需战略规划纲要（2022—2035 年）》，明确要促进家庭装修消费，增加智能家电消费，推动数字家庭发展，要推动农村居民家电、家具、家装的消费升级。国家的政策支持为我国家具行业未来发展奠定了良好基础。



数据来源：国家统计局

随着消费者多样化、个性化需求的增长和新生代消费群体的崛起，消费者对智能家居的青睐度也越来越高。智能家居是通过物联网技术连接的家居设备，可实现家具、家电的智能互联互通、场景联动，提升家居安全性、便利性、舒适性、艺术性，并实现环保节能的居住环境。目前，智能家居主要分为智能家居系统、智能单品、智能设备三部分。智能家居系统主要起感应、链接以及控制等作用，智能单品更多的是对传统家居产品赋予了智能化功能。根据中商产业研究院预测报告显示，2016-2020 年我国智能家居市场规模由 2608.5 亿元增至 5144.7 亿元，年均复合增长率为 18.51%，预计 2022 年我国智能家居市场规模可达 6515.6 亿元。近年来，中国智能家居行业受到各级政府的高度重视和国家产业政策的重点支持。国家陆续出台了多项政策，鼓励智能家居行业发展与创新，《“十四五”智能家居产业发展规划》《国家新一代人工智能标准体系建设指南》《关于加快发展数字家庭提高居住品质的指导意见》等产业政策为智能家居行业的发展提供了明确、广阔的市场前景，为企业提供了良好的生产经营环境。

未来，随着国家促消费扩内需的政策支持及房地产利好政策出台和加速落地，家具消费市场有望得到逐步复苏。同时，伴随着消费升级，家具行业将不断朝着智能化、功能化、渠道多样化方向发展。

3) 行业周期性影响因素

行业现阶段不存在明显的周期性问题，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，对行业周期性会产生一定的影响。在生产及消费领域，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业的发展具有一定的关联性。行业的季节性受消费者新购、新建住房及存量房装修需求影响，存在一定的季节性，主要是受气候情况、春节假期等因素影响，一般是第一季度为销售淡季，第二季度销售逐步恢复，下半年进入销售旺季。

4) 行业地位

顶固集创经过二十载的深耕发展，由精品五金配件起家，逐步发展为至今全品类“大家居”定制企业，“顶固”品牌已成为定制家居、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，公司持续加强渠道建设和加大市场开拓力度，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。

(2) 公司主要产品及竞争对手情况

1) 定制家居产品

公司经过二十年的深耕发展，“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、存量房装修消费者、精装楼盘的房地产开发商、家装公司等。随着消费升级，2022 年公司定制类产品由全屋定制产品向整家定制升级，将由单一空间定制延伸至整家定制，可为消费者提供高值整家定制服务和解决方案，产品覆盖入户、客厅、餐厅、厨房、卧室、书房、衣帽间、卫浴、阳台九大空间，拥有定制衣柜、定制橱柜、定制生态门、系统门窗、高端木作、护墙板、卫浴、厨电、智能锁、智能晾衣架、精品五金、软体家具配套等全品类整体家居产品，满足客户一站式空间搭配需求。

公司作为国内定制家居行业知名品牌之一，在定制家居领域主要竞争对手有“欧派家居”、“索菲亚”、“好莱客”等品牌，公司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）

公司精品五金产品主要包括室内门锁、智能门锁、智能晾衣机、卫浴五金、移门五金、门控五金、家具五金等产品。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。

随着我国经济的持续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。

（二）报告期内公司从事的主要业务

（1）公司主营业务情况

公司成立于 2002 年，是国内领先的全屋一体化高端整体定制家居解决方案综合服务商。公司主要从事定制家居、精品五金、智能门锁、智能晾衣机、集创门窗等产品的设计、研发、生产、销售、安装和室内装饰服务。公司深耕定制家居和精品五金行业，对行业具有深刻的理解和洞察力，凭借优秀的研发创新能力、良好的产品质量、完善的客户服务，公司着力培育的“顶固”品牌已成为定制家居和精品五金行业的知名品牌，在广大消费者中具有较高的知名度和美誉度。

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，产品覆盖入户、客厅、餐厅、厨房、卧室、书房、衣帽间、卫浴、阳台九大空间，拥有定制衣柜、定制橱柜、定制生态门、系统门窗、高端木作、护墙板、卫浴、厨电、智能锁、智能晾衣架、精品五金、软体家具配套等全品类整体家居产品，形成多元化、全方位的大家居生态格局。公司产品定位于中高端消费市场，以“让消费者享受美好的家居生活”为使命，致力于为消费者打造全案一体化的高值整家，让更多消费者享受高品质全屋环保家居生活体验。



类别	部分产品展示
整家定制	



顶固 Topstrong

2022年新品
口袋门缓冲吊轮

精品五金

顶固 Topstrong

隐

巧隐于门 和谐美观

一体式房门机械锁

顶固 Topstrong

165°自卸液压铰链

随心开合·转角柜也能便捷取物

OPEN AND CLOSE AT WILL

顶固 Topstrong

ALICE

爱丽丝系列小拉手

触手可及的艺术
探索无限的可能

顶固 Topstrong

单圆执手隐形门锁

去繁就简
让生活更纯粹

- 极简无执手设计
- 圆内多功能执手
- 防撬静音锁体
- 优质钢材选料
- 高强度静音合页
- 多重防撞工艺

智能五金

顶固 Topstrong

TZIO指静脉智能锁

安全指为你

指静脉识别 | 4.0 IPS高清屏 | 130°超广角镜头

顶固 安全智能锁

一握即开
智能让生活更便捷

执手式智能锁

一键即开 | FPC半导体制冷器 | 7种开锁方式 | 防撬电子防撞



(2) 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。

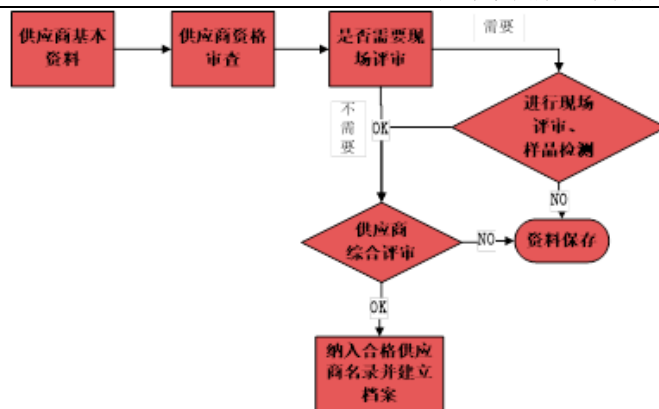
1、采购模式

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、橱柜其他组件配件、锁具材料、智能晾衣架配件、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：



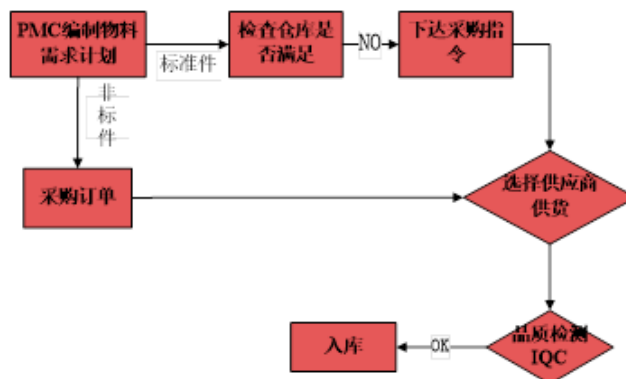
2) 采购流程

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：

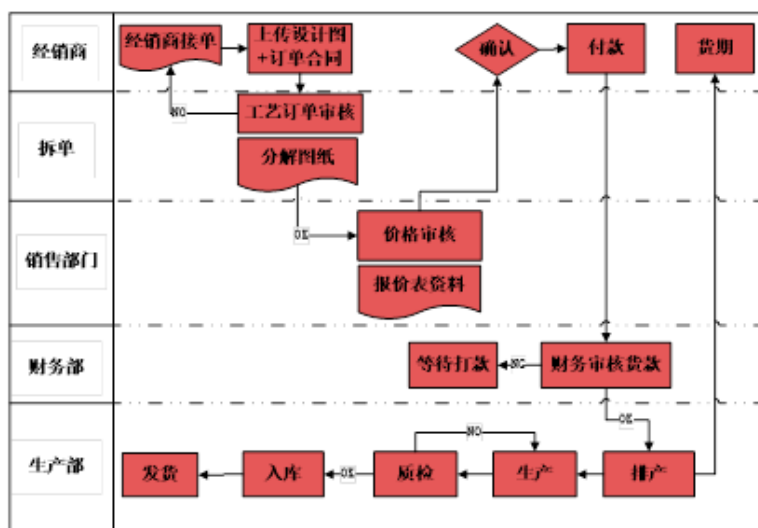


报告期内，公司的原材料采购、生产流程与检验工序严格执行我国相关家居行业的国家标准或行业标准，包括但不限于：GB/T3324-2017《木家具通用技术条件》、GB/T 18884.2-2015 家用厨房设备 第2部分：通用技术要求、GB/T11718-2021《中密度纤维板》、《室内装饰装修材料木家具中有害物质限量 GB 18584》、GB 21556-2008 锁具安全通用技术条件、GA 374-2019 电子防盗锁、GAT 73-2015 机械防盗锁、GA374-2019《指纹防盗锁通用技术条件》、QB/T 5202-2017 智能电动晾衣机等。

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相关产品标准及环保责任相关内控制度。

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。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/整家定制、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/整家定制、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，公司持续强化风险管理，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）核心竞争力分析

（1）品牌优势

公司成立于 2002 年，经过 20 年的经营和积累，凭借公司自主研发实力、优质的产品品质以及完善的服务网络，顶固品牌与产品得到了行业和市场的广泛认可，在行业具有较强的影响力和较高的品牌知名度，形成了明显的品牌竞争优势。公司先后获得“中国驰名商标”、“广东省著名商标”，此外，公司经过 20 年的深耕发展，先后获得“中国衣柜十佳品牌”、“中国衣柜行业领导品牌”、“消费者口碑品牌”、“智能锁影响力品牌”、“十大智能锁品牌”、“中国十大锁王”、“全国全屋定制行业质量领先品牌”、“中国定制家居行业百强品牌企业”等诸多荣誉。

（2）研发优势

公司是国家高新技术企业，拥有省市两级的企业技术中心、省级工程技术研发中心、国家（CNAS）认证检测实验室、定制家居研发设计中心、智能研究院等多个科技创新载体，公司始终把研发创新作为企业的核心竞争力，始终坚持产品的自主研发设计。公司拥有一支高素质的研发队伍，紧跟市场发展的步伐，积极探索市场的需求方向，通过对市场的深入调研分析，形成对市场需求的认知，准确把握消费者的实际需求并挖掘引导消费者的潜在需求，从而研发设计出极富吸引力和竞争力的自主原创产品，产品研发创新，一直走在行业前列，具备强有力的研发优势。

公司依托自主研发、坚持原创设计，2022 年获得新授权专利 131 项，其中发明专利 6 项，实用新型专利 94 项、外观设计专利 31 项，截至 2022 年 12 月 31 日，公司及子公司累计拥有 83 项软件著作权和 656 项有效专利权证，其中发明专利 50 项、实用新型专利 390 项、外观设计专利 216 项。上述专利权的取得有利于公司及子公司发挥主导产品的自主知识产权优势，形成持续创新机制，保持技术的领先。此外，公司作为行业的领导品牌之一，参编了二十余项行业标准和多项国家标准。公司凭借在知识产权创造、运用、管理及保护等方面的多重优势，报告期内成功入选国家知识产权局 2022 年新确定的国家知识产权优势企业。

（3）完善的产品质量控制体系

产品品质是公司重要的核心竞争力之一，自创立以来一直受公司高度重视。公司以客户需求为产品导向，以产品质量赢得口碑，注重生产全过程的质量控制，对原辅材料要求严格，对供应商进行反复筛选和质量监控，坚持持续改进，及时处理客户反馈信息，产品质量和服务得到了业内的一致认可。在质控措施方面，公司配置完善了各类产品的质量检测设备与手段，并严格按照 ISO 的要求，制定并实施了从来料检验、沟通控制、记录控制、标识与追溯控制、监控与测量设备管理、环境法律法规及其它要求控制、应急准备和响应控制，所有工序的半成品检验标准，到成品检验、客户投诉处理、纠正预防措施控制等一系列的标准化文件与流程。从产前、售前的产品质量控制阶段，到产中、售中的过程控制阶段，再到产后、售后质量把关与处理阶段三大阶段进行全面质量管理模式，层层把关，把质量控制在每一个产生的源头。完善的产品质量控制体系，在销售终端的体现是消费者对公司产品质量的高度信赖，从而为公司终端营销网络的快速扩张奠定了良好基础。

（4）原材料优势

定制家具产品运用的主要原材料之一为刨花板，行业运用的刨花板多为速生杂木制作成的刨花板，而公司于 2017 年便率先运用竹子作为原材料研发推出“竹香板”，竹香板凭借绿色环保与高性能物理力学特性领先于同行业传统的速生杂木刨花板综合性能，公司定制家具产品先后获得 FSC 国际森林认证、中国环境标志产品认证。在环保特征方面，竹香板家具杜绝了杂木刨花板的木材异味污染，并具有竹子天然的防霉、防臭、防虫和释放负离子、抗菌、释放负离子等特性，在竹香板家具的甲醛释放量方面公司一直以优于国内和国际标准来严格要求自己，始终致力于为消费者打造一个更健康更放心的居住环境。未来公司将持续加大研发创新、加强原材料供应链管理，不断强化核心原材料差异化优势，坚持生态优先，践行绿色设计理念，积极响应国家“双碳”战略目标，努力打造绿色产品和绿色制造标杆。

（5）精品五金技术集成应用于定制家具产品优势

除了定制家具方面的技术，公司在精品五金领域也拥有深厚的技术，并集成应用于定制家具产品中。相对同行业企业以固有的五金件而去设计相应的定制家具产品，本公司可以根据客户个人化需求同时设计定制家具及相应的精品五金件，比如公司针对定制衣柜而开发不同开角、不同功能的连接件，以及护墙板连接装置等，使得定制家具更方便安装，且质量优秀、美观度高。

公司精品五金技术还有助于提升公司在智能定制家具产品方面的优势，因为智能家具多是机电、软件设备集成于五金件上，而本公司可根据机电、软件设备开发相应的精品五金件，形成集成一体化。目前公司已开发了智能升降柜、智能滑动门等智能定制家具产品。

(6) 产品智能化优势

随着我国经济的发展、居民人均收入水平的提升及消费理念升级，未来智能化将成为家居行业发展的一大趋势。公司在智能化定制家居产品领域拥有一定的前瞻意识及先发优势。目前公司拥有的智能单品包括智能锁、智能晾衣机等，其市场前景较好。同时在定制衣柜及配套家具领域，公司也开发了智能升降化妆台、衣柜中配备智能升降储物柜、衣柜滑动门自动开启、防霉除湿衣柜、磁悬浮滑动门等高科技智能产品。公司智能产品可集成光感、声感、湿感等感应系统。相较同行业定制家具企业，公司在产品智能化方面走在了行业前列，未来随着智能家居行业的成熟、市场快速发展，公司有望迎来更大的发展空间。

(7) 生产制造优势

公司是行业内拥有定制家具产品大规模柔性化定制生产能力的企业之一。公司在定制家具智能制造领域形成了较强的竞争优势，公司建成了大型智能工厂，形成以信息化、数字化、智能化相结合的制造体系，实现了高智能、高柔性化作业。公司运用订单处理中心对订单进行审核、拆单、排产，将一定数量同类板材的订单合成一个加工批次并形成开料、加工、分拣、分包、入库等指令，按照批次组织生产，实现大规模柔性化自动生产。公司智能工厂的建成投产，极大的提高了公司生产智能化、柔性化程度和生产效率、产品品质。

在精品五金生产方面，公司拥有较多数控机器设备，并与公司软件系统无缝链接，可自动化处理设计方案。公司形成了多项生产技术及工艺方面的核心技术，包括高速精密连续冲压成型、静音滑轮二次注塑成型、吊轮的高承重及耐磨工艺、门扇四端面精裁铣型一次成型、门扇锁具孔及暗铰孔加工等。

(8) 信息化技术应用优势

公司系定制衣柜领域的知名企业之一，信息化与自动化程度较高。通过信息化与工业化的深度融合，公司实现了产销链接无缝实时电子化、产销工艺同步化、产品管理电子化等全产业链信息化管理。公司产品从产品设计、订单形成、订单审核、订单报价、订单排产、组织生产、产品出入库等全面实现了信息技术的应用。客户在公司经销商专卖店确定设计方案图，然后通过电子信息传送到公司，生产 BOM 清单，订单的审价、排产、加工、出入库及物流等信息均能在电子信息平台进行查询显示。

公司依托自身的信息化技术优势，不断提高产业流程各环节自动化、智能化水平，提高产品质量、缩短生产周期、并节约人力资源。

(9) 企业文化优势

公司秉承“顶固，让您放心”的经营宗旨，用归属感、幸福感与提供更好的发展机会让员工放心，用绿色环保、安全健康的产品让消费者放心，认真践行社会责任、为社会增添效益让社会放心，以科学发展推动公司持续经营创造更多价值让股东、合作伙伴及其他利益相关者放心。肩负“让消费者享受美好的家居生活”的经营使命，向消费者提供自主研发的环保、时尚、高品质家居产品和服务而不懈努力，坚持“成就客户、诚信利他、自信感恩、团队合作、艰苦奋斗、精益求精”的核心价值观，努力将公司打造成具有国际竞争力的全屋定制家居产品开发制造商和服务提供商，实现公司“成为一家受人尊敬的标杆型家居企业”的愿景。根植企业文化，形成公司凝聚力和向心力，以文化理念促进管理、引领员工，激发员工的使命感、归属感、责任感、荣誉感、成就感。

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

元

	2022 年末	2021 年末	本年末比上年末增减	2020 年末
总资产	1,586,241,818.46	1,635,134,176.00	-2.99%	1,463,186,497.06
归属于上市公司股东的净资产	727,167,906.55	701,447,186.06	3.67%	806,285,225.00
	2022 年	2021 年	本年比上年增减	2020 年
营业收入	1,073,442,509.07	1,298,276,682.36	-17.32%	872,392,023.47
归属于上市公司股东的净利润	24,664,394.82	-84,828,436.91	129.08%	21,740,974.83

归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	8,541,963.77	-87,811,356.78	109.73%	14,801,195.24
经营活动产生的现金流量净额	69,195,850.10	-17,472,918.06	496.02%	106,740,455.43
基本每股收益（元/股）	0.12	-0.41	129.27%	0.11
稀释每股收益（元/股）	0.12	-0.41	129.27%	0.11
加权平均净资产收益率	3.43%	-11.28%	14.71%	2.75%

（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	183,287,452.82	296,867,434.58	275,279,299.77	318,008,321.90
归属于上市公司股东的净利润	3,870,014.74	22,771,145.81	17,415,812.47	-19,392,578.20
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,824,623.84	20,632,252.85	14,452,559.85	-28,367,472.77
经营活动产生的现金流量净额	-113,408,094.40	59,846,970.55	59,992,832.33	62,764,141.62

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	9,727	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	9,311	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	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	30.87%	63,698,400.00	47,773,800.00	质押	17,900,000.00			
林彩菊	境内自然人	6.08%	12,549,600.00	0.00					
曹岩	境内自然人	5.64%	11,645,100.00	0.00	质押	8,170,000.00			
中山市凯悦投资企业（有限合伙）	境内非国有法人	3.98%	8,213,100.00	0.00					
中山市建达饰品有限公司	境内非国有法人	2.11%	4,351,500.00	0.00					
林根法	境内自然人	1.74%	3,597,500.00	0.00					
任丽峰	境内自然人	1.39%	2,870,000.00	0.00					
中山市顶盛企业管理咨询有限公司	境内非国有法人	1.33%	2,734,900.00	0.00					
张燕	境内自然人	1.31%	2,706,500.00	0.00					
孟福卿	境内自然人	1.26%	2,600,000.00	0.00					
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。								

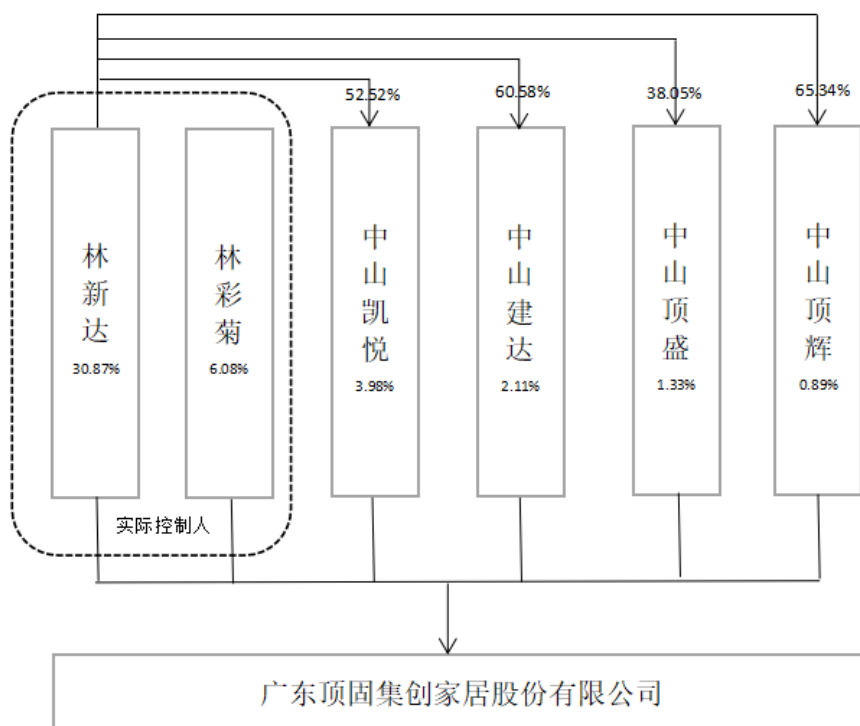
公司是否具有表决权差异安排

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

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

无

（本页无正文，本页为《广东顶固集创家居股份有限公司 2022 年年度报告摘要》之签署页）

广东顶固集创家居股份有限公司

法定代表人：林新达

2023 年 4 月 25 日