

公司代码：603709

公司简称：中源家居

**中源家居股份有限公司**  
**2023 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、监事会及董事、监事、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

经公司第三届董事会第十七次会议审议通过，公司2023年度拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数，向全体股东每10股派发现金红利1.8元（含税），以资本公积金向全体股东每10股转增3股，不送红股。

## 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
办公地址	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
电子信箱	zoyl@zoy-living.com	zoyl@zoy-living.com

## 2 报告期公司主要业务简介

### （一）公司所处行业

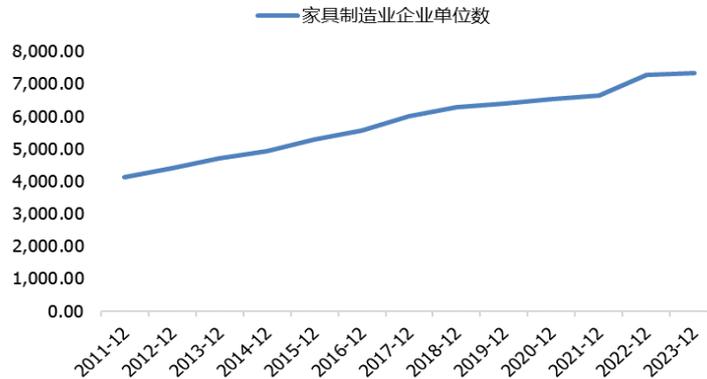
根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司所处行业为“C21 家具制造业”；根据国家统计局《国民经济行业分类（GB/T4754-2017）》，公司归属于“C21 家具制造业”中的“C2190 其他家具制造”，具体细分行业为软体家具行业。

### （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。20世纪80年代以来，全球家具生产呈现出从欧美等工业化国家不断向亚洲发展中国家和地区转移的趋势。根据中国家具协会于2022年1月公布的《2021亚洲家具展望报告》，全球家具行业随着宏观局势积极调整，表现出巨大的发展潜力，2021年全球家具产值预计超过5,000亿美元，其中中国、美国、德国和意大利的家具产值位居世界前列。从亚太来看，亚太地区的产值占全球总体产值的一半以上，是近年来在全球外部环境复杂多变的情况下唯一持续保持增长的地区，这体现出亚太地区在全球家具供应链中的重要地位。

凭借特有的劳动力资源、原材料等丰富的生产要素优势，同时受益于居民可支配收入增加、城市化进程加快和国际贸易发展，我国家具制造行业发展迅速，国际家具贸易地位不断提升，已成为全球家具的生产大国、消费大国和出口大国。家具行业属于劳动密集型产业，行业门槛较低导致参与者众多，产业格局较为分散，行业集中度较低。国家统计局数据显示，家具制造业企业单位数量逐年增加，截至2023年12月，全国家具制造业规模以上企业数量7344家，较2022年末增加71家。

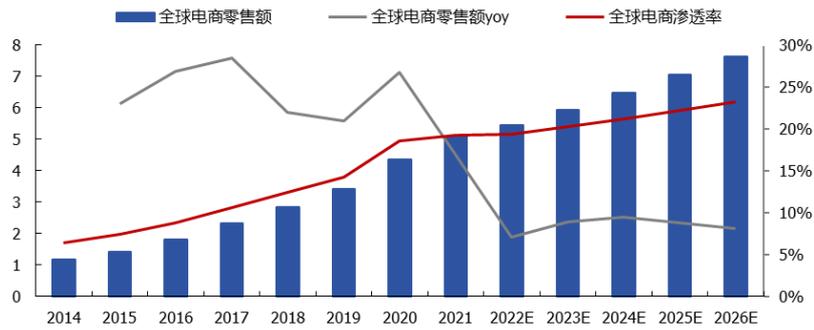
全国家具制造业企业数量（家）



资料来源：iFinD

当前，国内国际家具产业格局不断变化，消费模式、市场需求日新月异，我国家具行业正处于结构调整的关键阶段。供应端方面，近年来，我国部分家具企业在逆全球化进程的冲击下，纷纷至海外建厂，加快产业结构的转型升级，同时积极运用互联网、智能制造、绿色生产等技术，进行数智化改造升级，提升行业制造水平。消费端方面，数智化技术引发新一轮的消费体验升级，消费者乐于接受数字化和智能化的产品和服务。凭借便捷化、多元化、移动化、个性化等优势，全球电商渠道交易规模正在不断增长，电商渗透率稳步提升，电商渠道已逐步成为家具市场发展的新引擎。

全球电商市场规模、增速及渗透率（万亿美元，%）



资料来源：Emarketer

美国电商市场规模、增速及渗透率 (万亿美元, %)



资料来源：Emarketer

近年来，我国跨境电商行业快速发展，海关总署数据显示，2023年，我国跨境电商出口总额达1.83万亿元，增长19.6%。商务部数据显示，五年来，跨境电商占中国对外贸易的比重从不到1%上升到5%左右，行业规模增长近10倍。未来随着电商渠道的不断扩大以及物流、电子支付等配套产业的发展，线上家具市场占比有望继续扩大，这也将会进一步加速行业洗牌进程。根据Statista预测数据，美国家具用品电商渠道的收入在2025年将达到612.1亿美元，复合增长率为3.07%；欧洲家具用品电商渠道的收入在2025年也将达到519.64亿美元，复合增长率为6.89%。

### (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

公司一直以“百亿沙发，百年企业”的愿景为目标，以客户为中心，以产品技术创新为抓手，以生产效率、成本优化为核心，不断提升企业竞争力。经过多年经营发展，公司生产管理水平、研发设计能力、数字化打样技术、产品质量等均处于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，公司快速切入海外功能沙发市场，公司积累了遍布全球的客户资源，是国内功能沙发主要出口商之一。

公司先后获得“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”“2023年度智能制造优秀场景”等荣誉及资质。



### （一）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、中东、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。目前产品主要包括手动功能沙发、电动功能沙发、扶手推背沙发、老人椅等功能性沙发，固定沙发及板式家具等。

#### 1、功能性沙发

**功能沙发：**采用人体工程学设计，针对人体不同部位特点进行精准承托，旨在提供舒适体验。同时融入“零重力、零靠墙”的设计理念，实现空间的自由利用。110°-160°舒适大广角设计，随意坐、瘫、躺，自定义舒适感，轻松解锁现代新生活。

**功能性老人椅：**专为老者设计，安稳智能助起，同时配备按摩、加热模式，给与无微不至的关怀，崇尚智能养老新风尚。



#### 2、固定沙发

**现代简约沙发，**以其简约而不简单的设计理念，将舒适实用与大方得体完美结合，坐垫、靠背采用高品质材料，柔软舒适，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、舒适实用以及带有储物空间的特点，成为小户型家庭的理想选择。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。



固定沙发



沙发床

### 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。



### （三）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。



#### （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，公司通过国外主流电商平台开设自有品牌店铺开展零售业务，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

OEM/ODM 模式下，公司主要客户群体为国内家居企业、各类电商品牌客户等。

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铁件、木材、塑料、面料、海绵、辅料等。公司根据供应商管理和筛选制度甄选供应商，经过对供应商进行实地评估和样品评估等程序，建立合格供应商名录，在公司需要采购时，对合格名录内的供应商进行询价比价、竞价招标、服务、响应速度效率、信誉品质等综合评审后，选定供应商，并跟踪监督，进行采购管理。

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。传统渠道下，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；另一反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

	2023年	2022年	本年比上年 增减(%)	2021年
总资产	1,359,580,211.54	1,109,839,488.21	22.50	1,029,427,608.72
归属于上市公司股	592,060,204.19	568,383,182.23	4.17	614,480,849.17

东的净资产				
营业收入	1,101,285,293.10	722,041,281.78	52.52	1,021,172,197.31
归属于上市公司股东的净利润	21,359,895.34	-41,883,943.49	不适用	-15,330,744.36
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	13,036,779.76	-47,508,118.84	不适用	-26,409,032.46
经营活动产生的现金流量净额	105,731,631.34	-42,302,560.36	不适用	33,574,505.68
加权平均净资产收益率(%)	3.68	-7.08	增加10.76个百分点	-2.45
基本每股收益(元/股)	0.22	-0.44	不适用	-0.19
稀释每股收益(元/股)	0.22	-0.44	不适用	-0.19

### 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	207,324,806.57	250,214,655.21	290,525,682.59	353,220,148.73
归属于上市公司股东的净利润	5,961,807.92	11,743,195.42	12,443,692.68	-8,788,800.68
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	3,487,828.05	12,811,943.02	7,150,422.77	-10,413,414.08
经营活动产生的现金流量净额	992,843.01	48,962,775.22	7,409,043.39	48,366,969.72

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

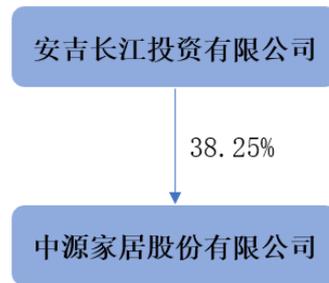
单位：股

截至报告期末普通股股东总数(户)	6,448
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	9,214
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 10 名股东持股情况							
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	6,120,360	36,722,160	38.25	0	无		境内非国 有法人
曹勇	4,679,640	28,077,840	29.25	0	无		境内自然 人
安吉高盛投资合伙企业 (有限合伙)	-2,338,800	3,061,200	3.19	0	无		境内非国 有法人
郑键锋	1,920,000	1,920,000	2.00	0	未知		境内自然 人
朱黄强	108,000	648,000	0.68	0	无		境内自然 人
柴肖平	104,220	625,320	0.65	0	未知		境内自然 人
华泰金融控股(香港) 有限公司—中国动力基 金	566,320	566,320	0.59	0	未知		其他
中国工商银行股份有限 公司—中信保诚多策略 灵活配置混合型证券投 资基金(LOF)	470,900	470,900	0.49	0	未知		其他
UBS AG	340,518	468,757	0.49	0	未知		其他
封立荣	388,300	388,300	0.40	0	未知		境内自然 人
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。胡林福持有长江投资 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						

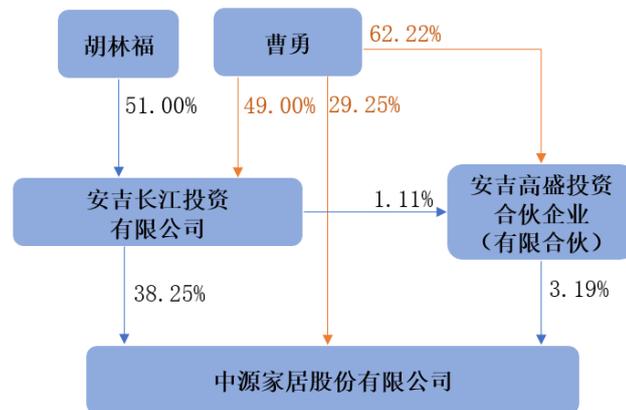
#### 4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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 1,101,285,293.10 元，较去年同期增长 52.52%，归属于上市公司股东的净利润 21,359,895.34 元，实现归属于上市公司股东扣除非经常性损益的净利润 13,036,779.76 元，实现基本每股收益 0.22 元，较去年同期转亏为盈。

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