

证券代码：002631

证券简称：德尔未来

公告编号 2024-12

德尔未来科技控股集团股份有限公司

2024 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 797,282,881.00 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0 元（含税），送红股 0 股（含税），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	德尔未来	股票代码	002631
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	李红仙	周雪蓉	
办公地址	江苏省苏州市吴江区开平路 3333 号 德尔广场 B 栋 22 楼	江苏省苏州市吴江区开平路 3333 号 德尔广场 B 栋 22 楼	
传真	0512-63537615	0512-63537615	
电话	0512-63537615	0512-63537615	
电子信箱	lihxd@der.com.cn	zhouxr@der.com.cn	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）报告期内公司的主要业务、主要产品及其用途

公司的主营业务为木地板及定制家具等大家居产品的研发、生产和销售；石墨烯制备设备的研发、生产和销售，以及石墨烯等新材料相关产品的应用推广。

公司的主要产品包括强化复合地板、实木复合地板、实木地板、定制衣柜、定制橱柜、石墨烯相关制备设备 and 应用产品等。公司的木地板产品主要用于家居、楼宇及商铺的地面铺设，起到实用性和装饰性的效果；定制衣柜和橱柜产品主要用于储存衣物和厨房用品，并实现样式定制化、提高空间利用、提升生活舒适度及装饰装修的功能；石墨烯制备设备提供给企业、高校和科研院所用于制备石墨烯材料，并提供石墨烯转移、测试、清洗等解决方案；烯成石墨烯净化宝主要用于空间内的空气净化，具有去除甲醛、有机挥发气体和异味的功效。

报告期内，公司所从事的主要业务、主要产品及其用途未发生重大变化。公司继续秉持“聚焦大家居，培育新材料”的双主业发展战略，家居业务专注于地板、定制家具等环保家居产品的研发、生产与销售，积极推进传统家居产业的数字化和智能化转型，并通过“德尔地板”、“Der·1863”和“百得胜”等旗下品牌建立了广泛的全国营销网络。同时，公司在石墨烯新材料领域进行深入研发和产业化应用，并通过不断的技术创新和产品研发，以推动公司在家居产业与新材料产业的联动以及可持续发展。

（二）报告期内公司的经营模式

1、采购模式

（1）公司地面材料板块采用“招”“采”“用”“评”四分离的采购模式。目前，地面材料板块通用物料以集采模式为主，核心生产性物资则结合销售需求对各类材料进行分配采购，同时公司相关部门定期对供应商进行绩效评价，对质量不达标或交付不达标的供应商提出淘汰整改要求。

（2）公司定制家居业务板块采用“以产定采”的采购模式，即通过原材料进出的历史数据结合相应的生产计划制定采购计划，并依据采购计划在合格供应商范围内进行集中采购，询价比价，择优订货。

2、生产模式

（1）公司地面材料板块产品以自行生产为主，外协生产作为补充。地面材料板块生产主要采取“市场导向生产”的流程管理，即由销售终端提交需求，再由供应链管理中心根据当期产品的库存状况下达销售计划给生产中心计划部，由计划部根据生产周期编制生产计划，并传递到生产中心，由生产中心根据不同产品的制造工艺下达各产品的详细作业计划。

（2）公司定制家居板块的生产模式主要采取“C2M 个性定制”的流程管理，即先由消费者提供户型资料以及需求，由店面设计师进行方案设计和效果演示，方案定稿后，进行拆单、计价、确单、付款，

最后下单生产，采取“多地工厂联网，接单就近个性化生产”的流程管理模式，即总部接单、集中计划、分散生产的生产组织方式。

3、销售模式

公司的销售模式主要分为经销商模式和直营模式，经销商模式主要为加盟及分销，经销商模式为直接将产品销售给经销商并由其继续销售，在销售出库时已将控制权转移即确认产品销售收入实现；直营模式主要为工程业务，工程业务为直接销售给工程客户，公司负责安装，地板安装验收完毕后，即确认产品销售收入实现。

（三）报告期内公司的经营情况

1、大家居产业

（1）地面材料板块

2024 年，地材板块贯彻“升级”突破增长、“提效”全链运营、“数智”科技驱动、实现“双质”发展的经营指导思想，坚持“存量谋发展，增量谋转型”，完善品牌矩阵布局，大力推动产业、模式、结构升级，以数智化赋能全价值链运营提效，实现降本增效，有力促进企业高质量、可持续发展。

① 数字化推动产业转型升级

报告期内，地材板块持续深化数实融合，不断推动“智改数转”工作开展。深度推进公司智慧数字经营项目建设，部分工厂的生产线基本进入“数字化生产 2.0”阶段。其中，无醛芯复合地板智能车间成功入选“2024 年度江苏省智能制造工厂”，该项目通过实施生产柔性排产、领料入库自动无纸化、生产数据自动化核算、生产数据分析以及智能预警等功能，一定程度提升了现场作业效率、人工效率以及制品周转效率。

此外，地材板块积极打造 5G 全连接工厂，以 5G 信号为连接，集成了人工智能、AR、云计算、边缘计算、VR 等新一代信息通信技术，对工厂生产现场进行全面改造升级，推动了包括智能生产、远程运维、质量管控等在内的 13 个场景的应用落地，有效促进了公司在质量提升、成本降低、效率提高、绿色环保和安全生产等方面的全面发展，入选国家工信部“2024 年 5G 工厂名录”。

2024 年，地材板块通过进一步深化与中科苏州智能计算技术研究院的产学研合作，推动核心技术积累和产业化双赢，加快产业与数字化、智能化深度融合。地材板块与中科苏研院携手开展的木皮智能分选项目取得阶段性进展，硬件方面，对硬件设备的上料、分选、下料、码垛等模组进行测试，已实现对不同规格、不同厚度木皮分选场景的支撑，确保稳定运行；软件方面，搭建了整体界面，并完成了与德尔 LSC 业务系统的对接测试；算法方面，经过多轮对木皮智能分选算法的调优，分选准确率已达到预期目标。总体来说，项目方案已论证通过，进入生产阶段。此外，在 2024 年 7 月，公司与中科苏研

院联合共建“智能制造 AI 实验室”，实验室致力于 AI 技术在地板领域的探索和应用，攻关机器视觉质检体系。

② 品牌与渠道建设

面对存量市场的激烈挑战，地材板块聚焦市场长远方向，围绕行业发展全局，布局“3+1+N（3 大品牌矩阵+1 个产业互联网平台+N 个生态链）”的体系转型战略，并创新推出量贩式时尚地板品牌——奥美地板，完成“Der • 1863”、“Der 德尔地板”、“奥美地板”三大品牌矩阵布局。

在高端品牌建设方面，“Der • 1863”品牌秉承“手工、艺术、定制”的品牌基因，服务城市精英人士，拓新高端发展之路。

报告期内，地材板块打造的“荟设计”平台保持稳健上升的发展态势，依托“荟设计”平台内资源的高效对接，Der • 1863 品牌与设计师共创作品，打造高端住宅案例，实现设计与品牌交融升维，为品牌塑造了成长空间。同时，Der • 1863 在全国四个城市举行多场“青年设计品牌主理人年度计划——值得被看见的设计”活动，覆盖私宅设计工作室超 140 家。此外，“Der • 1863”与顶尖设计师覃思共同打造“九合奢邸”——奢华居所于 2024 广州设计周展出，呈现了《奢艺 • 智廊》《奢享 • 智宴》《奢享 • 智眠》三大空间，糅合“智 • 未来”主题，展现了未来奢智科技的生活蓝图，传递了品牌高端、精致、有格调的形象，同时与众多设计师促成价值型交流与潜力合作，为新产品研发、市场拓展等奠定坚实的基础。

在渠道建设方面，地材板块推出“1+N+X”经销商转型模式。在公司整体框架战略指导之下，密织零售渠道、家装渠道、精品工程渠道，全面构建适应新时代发展的城市综合运营平台商体系。2024 年，奥美地板全力出击，定调“百天 · 百城 · 百商”发展战略，全年开展高达 9 场招商赋能会，成功与多个城市合伙人顺利签约。

③ 多元化、多梯度营销建设

公司自成立以来便长期助力于体育事业的发展，赞助过数个体育赛事和运动团队。从 2002 年的皇家马德里俱乐部“中国行”开始，始终坚持“健康环保与关爱”的品牌理念，将体育精神与自身品牌理念紧密结合，向消费者传递积极的品牌形象和价值观，同时增强消费者对品牌的认同感。

2024 年，德尔地板成为 2024 年国际羽毛球赛事“道达尔能源 • 汤姆斯杯暨尤伯杯”决赛官方赞助商，并依托“汤尤杯”赛事在国际范围的影响力，展开“风云惠”等一系列营销活动，以此入选“2024 ADMEN 国际大赏体育营销类实战金案”、“2024 中国家居年度品牌优秀案例”，为中国品牌创新乃至全球品牌营销发展提供了借鉴。并且，德尔地板助力用户吴挺登顶珠穆朗玛峰，再一次宣传了德尔地板“健康活力，追求极限”的品牌形象。同时，自 2023 年“Der • 1863 地板”首次与中网合作

后，2024 年再次以“赛事独家合作伙伴”助力中国网球公开赛。通过一系列重大赛事与标志性的运动，进一步提升了德尔品牌的认知度和影响力。

2024 年 4 月，奥美地板品牌正式启航以来，多维提升奥美品牌驱动力，成功签约权威栏目《大国智造》，携手央视网实力展现“中国智造”品牌核心科技创新成果，并特别赞助《生活真美好》和《辣妈辣么美》栏目，传达出德尔环保、健康、潮流的产品理念，旨在为每一个家庭打造美好的生活空间。

在新媒体营销领域方面，地材板块在持续深耕传统电商的同时，线上平台布局持续优化，全域流量矩阵稳健运转，各环节协同效能显著提升。2024 年，地材板块网络营销矩阵在“汤尤杯”、“中国网球公开赛”、“攀登者活动”期间于抖音、视频号、微信订阅号、德尔地板官方服务号、微博、小红书等网络平台创作各类形式的内容进行宣传，并在《人民日报》、新华社的赛事报道中均有品牌体现，实现各平台累计曝光量超亿次，极大地帮助了品牌在全域流量领域的推广和引流。

（2）定制家居板块

2024 年，公司控股子公司百得胜坚定水漆差异化优势，以轻高定作为战略方向，以健康作为抓手，以高颜值、整体方案、高质量交付、高品质服务等作为支撑，塑造“高定不高、好物不贵”的消费认知，演绎水漆轻高定家居美学，建立面向未来的产品竞争力，为更多中国家庭提供安全、洁净、安心的居家健康空气解决方案。

① 创新品类设计，深化环保康养理念

2024 年，百得胜以“基材无醛添加、面材水漆木皮、全屋健康空气”作为技术基石，不断创研、丰富产品的设计属性，深挖自然漆居的设计美学，致力于满足各类消费群体的多元化需求。

报告期内，百得胜根据不同季节特点，打造专属产品系列，春季，以“融自然之境”为主题，推出光引 Radiate 系列、媿雅 Radiate 系列、原野 MIX 系列新品，秋季，以“奢雅秀场，非凡格调”为主题，推出赫伯特 Nature 系列产品，满足了消费者的多元化需求，深化了品牌的自然环保理念。

此外，百得胜持续打造推广“康氧卧房”概念，以新风康氧为抓手，深化发挥“新风技术”核心优势与供应链整合能力，持续布局定制家居与新风系统融合的产品体系，为用户打造“康氧”居家生活。

② 锚定水漆轻高定，打造定制家居第二增长曲线

随着流量争夺和价格竞争的加剧，定制行业逐渐陷入了困境。2024 年，百得胜作为水漆团标主编单位和“油改水”示范工厂，以水漆健康家为核心，在涂料技术、饰面材料以及涂饰工艺上不断突破，解决了传统水性涂料表面性能不足、气味释放等痛点问题，致力于全面实现水漆轻高定转型，引领定制家居行业第二主赛道。

报告期内，百得胜通过参加展会及发起大型活动全力推广水漆涂装定制，并持续推动水性涂装行业的标准化建设。2024 年中国建博会（广州）上，百得胜发布新一代水漆涂装产品——水漆元态木皮，

并提供相关定制方案，为市场带来了更多的水漆定制选择，同时联手中国林科院木材工业研究所发布了《水性涂料涂装家居创新趋势发展报告》，全面解读了水性涂料涂装行业的现状、消费趋势与未来与展望等信息。此外，百得胜主动出击，通过“百得胜水漆健康定制节”、“联合全国三甲医院名医普及水漆康氧卧房产品”、“买康氧送橱柜”等系列活动，以全方位提升品牌知名度与产品市场占有率。

③ 推动营销与渠道建设，扩大品牌影响力

2024 年，百得胜专注于其核心产品和解决方案，形成了以“一张卡、一块板（水漆板）、一个单品、一个空间、一个整家方案”为中心的营销策略。通过“线上蓄客+线下转化”的模式，并结合培训学习与区域联动等手段，从而促进销售并实现业绩目标。

在体验式消费愈发受重视的当下，百得胜通过场景式营销驱动营销升级，采用“主题概念+产品矩阵+空间美学”的融合模式，于 2024 年发布养宠、穿搭等四大主题空间，为用户量身定制适合自身生活方式的家居解决方案。

在渠道建设上，百得胜秉承“服务升维、产品升维、价格降维、渠道降维”的商业逻辑和“轻资产运营，低成本扩张”的商业价值观，在原有“1+N”模式的基础上进行了迭代升级，新增了分销模式和融合店模式。同时，为了更好地适应不同城市消费者的个性化需求，百得胜对经销商进行了分类管理，并推出了四种差异化的店面形态。通过这些措施，以扩大产品的市场覆盖范围，提升百得胜在定制家居行业的品牌影响力。

④ 数字化赋能，提升综合竞争能力

报告期内，百得胜围绕以客户为中心的理念，大力推进营销数字化转型，开发并部署了筹建系统、点将系统以及安装系统，致力于为客户提供更加优质、高效的服务体验。筹建系统和点将系统的赋能 B 端经销商，助力经销商完成店面交付、团队组建，实现业绩提升和店面竞争力加强，最终实现双赢。安装系统服务 C 端消费者，通过微信安装小程序实现全流程跟踪，优化安装流程的同时提高了客户满意度。

在智能制造技术改造方面，百得胜自研了“智能化自动涂装系统”，并投入小批量试生产，通过严谨的数据统计，新的“吊装喷涂”系统不仅在一定程度上提升生产效率，还为产品定位转型打下坚实的基础。

巢代产业方面，2024 年，巢代板块积极落实年初工作目标，密切关注市场趋势变化，紧跟集团战略指引，动态调整业务方向，优化业务团队配置，努力探索新渠道、新模式、新方向。

2、石墨烯新材料产业板块

公司控股子公司厦门烯成、德尔赫斯稳步推进石墨烯新材料储备技术的转化工作，把前沿科技逐步融入面向消费者的产品之中，进一步拓宽未来发展空间，为公司创造更多增长机遇。目前公司石墨烯产

品有石墨烯及二维材料制备设备、石墨烯导热材料、石墨烯空气净化宝、石墨烯恒温水杯、石墨烯眼部按摩仪等。报告期内，公司控股子公司厦门烯成提交了“一种用于 LED 的石墨烯包覆荧光材料”、“一种用于 LED 的石墨烯包覆荧光材料的制备方法”两项专利申请。同时，公司依托德尔集团的前瞻性产业投资布局，积极探索新能源新材料行业的发展趋势、技术创新方向以及潜在市场空间，形成战略协同效应，不断挖掘新的增长曲线。

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

	2024 年末	2023 年末	本年末比上年末增减	2022 年末
总资产	3,742,356,609.49	4,637,100,264.88	-19.30%	4,401,331,372.34
归属于上市公司股东的净资产	2,258,076,240.45	1,809,051,453.72	24.82%	1,797,547,562.96
	2024 年	2023 年	本年比上年增减	2022 年
营业收入	1,524,841,143.11	1,932,953,617.13	-21.11%	1,972,917,195.23
归属于上市公司股东的净利润	-89,521,521.50	31,762,019.28	-381.85%	-19,213,482.11
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-117,852,890.28	-9,963,902.04	-1,082.80%	-64,571,692.87
经营活动产生的现金流量净额	85,048,602.07	200,384,636.81	-57.56%	197,430,317.06
基本每股收益（元/股）	-0.1333	0.0482	-376.56%	-0.0292
稀释每股收益（元/股）	-0.1333	0.0482	-376.56%	-0.0292
加权平均净资产收益率	-5.04%	1.76%	-6.80%	-1.06%

(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	255,260,613.03	425,474,840.68	448,115,256.78	395,990,432.62
归属于上市公司股东的净利润	-21,512,730.42	-2,448,634.62	25,219,983.35	-90,780,139.81

归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-28,186,573.77	-10,072,156.39	11,849,022.73	-91,443,182.85
经营活动产生的现金流量净额	-66,595,477.24	81,261,419.50	70,123,106.42	259,553.39

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	40,780	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	44,149	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	
德尔集团有限公司	境内非国有法人	44.76%	356,831,040	0	质押	150,000,000	
德尔集团有限公司	境内非国有法人	44.76%	356,831,040	0	冻结	66,000,000	
王沫	境内自然人	7.73%	61,606,230	0	质押	12,000,000	
#孙马驰	境内自然人	0.42%	3,315,900	0	不适用		0
#赵君	境内自然人	0.36%	3,315,900	0	不适用		0
蔡德文	境内自然人	0.33%	2,646,997	0	不适用		0
#高志伍	境内自然人	0.29%	2,321,200	0	不适用		0
MORGANSTANLEY&CO. INTERNATIONAL PLC.	境外法人	0.23%	1,863,520	0	不适用		0
朱巧林	境内自然人	0.21%	1,700,000	0	不适用		0
#高嘉骏	境内自然人	0.19%	1,537,600	0	不适用		0
李兴根	境内自然人	0.19%	1,516,800	0	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或一致行动关系。						
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	1、公司股东孙马驰通过中信证券（山东）有限责任公司客户信用交易担保证券账户持有公司股票 3,315,900 股，未通过普通证券账户持有公司股票，其合计持有公司股票 3,315,900 股。 2、公司股东赵君通过长城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票 1,677,940 股，通过普通证券账户持有公司股票 1,200,000 股，其合计持有公司股票 2,877,940 股。 3、公司股东高志伍通过华安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票 2,321,200 股，未通过普通证券账户持有公司股票，其合计持有公司股票 2,321,200 股。 4、公司股东高嘉骏通过华西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票 1,167,100 股，通过普通证券账户持有公司股票 370,500 股，其合计持有公司股票 1,537,600 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

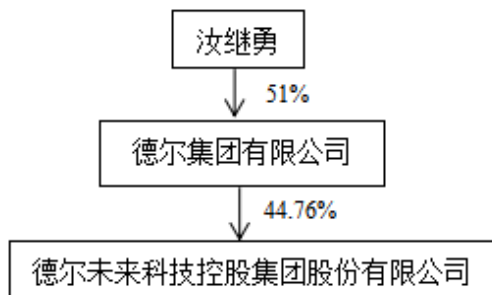
☐适用☒不适用

(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

1、2024 年 1 月 4 日，公司注销清算深圳市雅露斯智能家居有限公司。

2、2024 年 10 月 23 日，公司注销清算宁波雅露斯智能家居有限公司。

3、2024 年 11 月 14 日，公司投资设立子公司鲸彩万家（苏州）网络科技服务有限公司，持股比例达 99%。

4、公司地材板块围绕“聚焦木地板领域，做深做大做强做优”的经营策略，为提高管理效率和盈利能力，持续对产品结构进行深入分析，优化调整。

公司全资子公司辽宁德尔新材料有限公司为承接密度板业务的主体，密度板类产品近年业绩表现不佳，产线运营效率较低，销售增长乏力。报告期内，经公司内部经营会议充分论证，为优化地材板块的产品结构，进一步长期改善整体经营效率，公司决定对现有密度板业务进行调整，暂停密度板产品的生产经营工作，重新论证产品转型或业务转型的新方向。

公司将严格按照相关法规及内控制度对相关设备等财产处置进行妥善安排，并按照《企业会计准则》谨慎做好会计处理。本次密度板业务的调整，是地材板块对下属业务布局进行的优化，不会对德尔未来整体经营情况造成重大影响。

德尔未来科技控股集团股份有限公司

董事长：汝继勇

二〇二五年四月十七日