

MOTOTEC™
2025

一 季 度 报 告
1ST QUARTER REPORT

MOTOMOTION®

常州匠心独具智能家居股份有限公司



总经理致辞

公司专注于智能电动沙发、智能电动床及其核心配件的研究、设计、开发、生产、销售及服务，致力于构建高度集成且注重人性化体验的智能家居体系。根据中国证监会《上市公司行业统计分类与代码》，公司所属行业为“CC21 家具制造业”下的“219 其他家具制造”。



MOTOMOTION
FASHION FORWARD FURNITURE

当地时间2025年3月6日在客户的家具零售店拍摄的匠心产品

一、2025 年 1-3 月经济形势与变化趋势分析

中国海关总署于 2025 年 4 月 18 日发布的统计数据显示，2025 年 1-3 月，中美贸易总额达到 1,545.85 亿美元，同比增长 2.90%。相比 2024 年 1-12 月 3.70% 的增幅，回落了 0.80%。其中，中国对美国的出口总额为 1,156.16 亿美元，同比增长 4.50%，较 2024 年 1-12 月 4.90% 的增幅回落了 0.40%。

同一时期，中国家具及其零部件的出口额累计达到 159.35 亿美元，同比下

降 8%，和 2024 年 1-12 月 5.80% 的增幅相比，增速回落了 13.80%，说明家具出口市场出现了明显的放缓甚至转入负增长的趋势。

据国家统计局于 2025 年 4 月 27 日发布的报告，2025 年 1-3 月，全国规模以上工业企业实现利润总额 15,093.60 亿元，同比增长 0.80%。其中，家具制造业实现营业收入 1,459.80 亿元，同比下降 2.20%；实现利润总额 37.10 亿元，同比下降 40.10%。数据表明，2025 年初，中国家具行业面临需求疲软与盈利能力显著下滑的双重压力，整体经营环境趋于严峻。

二、越南家具对美国出口情况概述

据越南农业与环境部（Vietnam Ministry of Agriculture and Environment）于 2025 年 4 月 11 日发布的数据，2025 年 1-3 月，越南对美国的木制家具和木制品出口总额约为 21.35 亿美元，占越南该类产品出口总额的 54.27%。其中，3 月份对美出口总额为 8.33 亿美元，较 2 月份增长 59.56%。

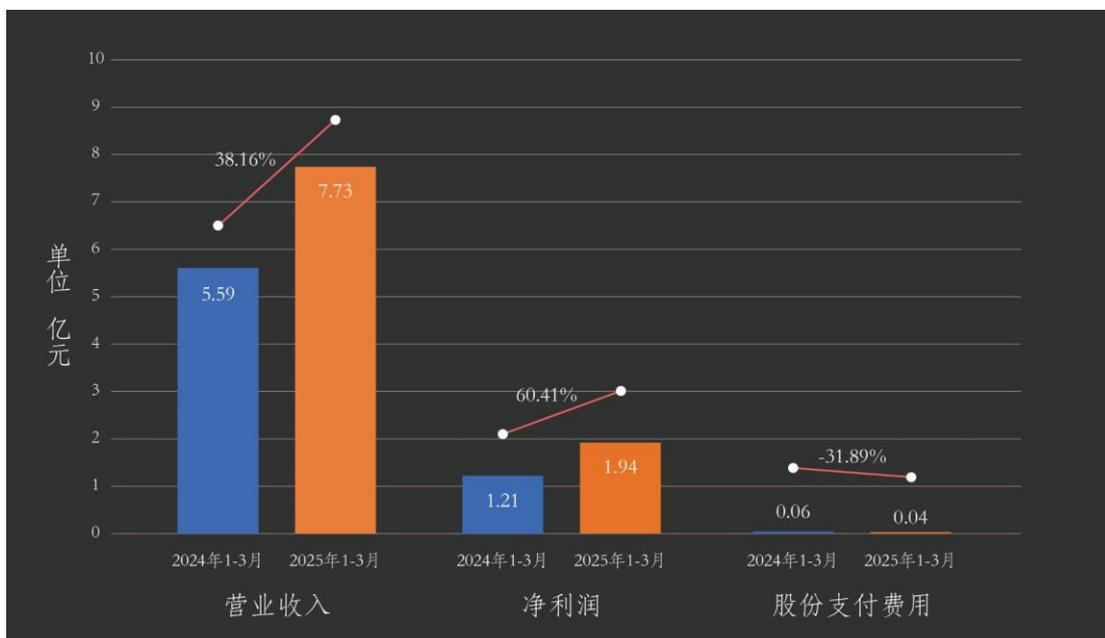
数据显示，2025 年初，在房地产市场复苏及可持续家具需求上升的共同推动下，美国市场对越南家具产品的需求持续强劲，为行业出口增长提供了有力支撑。

2025 年第一季度，公司 89.45% 的产品出口至美国市场，77.95% 的产品经由越南出口。当前布局充分体现了越南在公司全球供应链体系中的枢纽作用，同时也验证了公司在成本控制与国际物流效率方面的综合竞争力。

三、2025 年 1-3 月公司营收与利润情况

2025 年一季度，公司实现营业收入 7.73 亿元人民币，同比增长 38.16%，延续了稳健增长态势。毛利率达到 37.21%，较 2024 年同期提升 4 个百分点。扣除股份支付费用后，公司实现归属于上市公司股东的净利润 1.94 亿元人民币，同比增长 60.41%。净利润增速明显高于收入增速，展现了公司盈利能力的持续增强。

公司于 2023 年实施的限制性股票激励计划，首次授予已于 2023 年 7 月 7 日完成。2025 年一季度，因该激励计划确认的股份支付费用为 427.38 万元人民币，较 2024 年同期的 627.50 万元人民币同比下降，费用影响有所减弱。



2025 年一季度，公司实现了超预期增长，主要得益于以下多重因素叠加带来的综合效应：

1. 聚焦高品质品牌定位

尽管整体宏观环境仍存在不确定性，美国市场在特定品类（如智能家具、中高端功能性家具）上已出现消费回暖迹象。公司紧抓市场变化，持续聚焦高潜力细分领域，致力于打造优质、稳定、具备高附加值的 MotoMotion 品牌形象，进一步夯实了在智能功能性家具市场的竞争优势和品牌认知度。

2. 创新驱动产品差异化

依托精准的市场布局，公司持续加大创新投入，积极推出一系列高附加值产品，开创了多个行业新品类。这些新产品在功能性、完善度及技术水平方面实现了全面跃升，不仅进一步引领了智能化与功能性家具领域的发展方向，也显

著提升了公司在中高端细分市场的引领力与品牌影响力。

3. 客户结构持续优化

公司成功扩大了与美国大型家具连锁零售商的合作规模，同时新客户拓展取得积极进展，整体出货规模实现有效增长。客户结构进一步优化，呈现出更加多元化、稳健化的发展格局，为公司未来业绩增长提供了坚实支撑。

4. 产能高效释放与供应链保障

越南生产基地的产能利用率持续提升，供应链体系保持高效稳定，订单交付能力不断增强。高效的产能释放与供应链协同，为公司订单增长和发货效率提升提供了坚实保障，进一步巩固了公司在全球供应链体系中的综合竞争优势。

四、公司 2025 年 1-3 月公司客户情况概述

2025 年 1-3 月，公司前十大客户全部来自美国市场，其中 70%为零售商客户。前十大客户中，除两家外，其余八家客户的采购金额均实现同比增长，增幅区间在 10.52%至 325.22%之间。值得关注的是，其中有三家客户的采购金额同比增幅超过 200%，充分体现了公司核心客户在合作规模与合作深度上的持续拓展，为公司整体业务增长提供了有力支撑。

在新客户拓展方面，2025 年 1-3 月，公司共新增客户 22 家，全部为美国零售商客户，其中有 2 家入选《Furniture Today》于 2024 年 5 月 27 日发布的全美“前 100 位家具零售商”榜单。随着优质客户的引入，公司客户结构优化的进程进一步加快，渠道资源的储备持续加强，为未来业务拓展夯实了基础。

受益于零售商客户数量与采购规模的提升，2025 年 1-3 月公司在美零售商客户占比显著提高：

1. 美国零售商客户数量占美国家具类客户总数的 88.19%；

2. 对美国零售商的销售收入占公司一季度总营收的 64.75%；

3. 对美国零售商的销售收入占美国市场一季度销售总额的 72.39%。

数据表明，公司 2025 年一季度在美国市场的零售渠道布局成效显著，零售商客户数量与销售贡献占比同步提升，客户结构进一步优化，渠道资源持续增强，形成了以大型零售商为核心驱动的稳健增长模式。

五、创新是源于内心的坚持和信仰

对 MotoMotion 而言，创新从来不是一种手段，它是一种源于内心的坚持和信仰。

真正的创新，不是偶然的灵感，而是建立在对未来的信念、对探索的坚持、以及对差异化价值的执着追求之上。

首先，从理念层面来看，创新是企业成长和发展的源泉。真正有创新信仰的企业，不会因为短期困难或投入成本高而放弃对新技术、新设计、新模式的探索。创新，已经被深深内化为一种持续进步、永不满足现状的精神状态。MotoMotion 相信，只有不断创新，才能不断突破，才能在市场的风云变化中立于不败之地。

其次，从行动层面来看，创新意味着持续不断地投入，意味着不怕失败的勇气。拥有创新信仰的企业，即便面对高失败率和高投入，也始终坚定前行。创新，不是一时兴起的项目，而是融入日常的工作习惯，是企业文化的一部分。失败，不是阻碍，而是成长的必经之路。每一次探索、每一次尝试，都是我们积累力量、接近成功的重要步骤。

第三，从价值层面来看，创新能够带来独特的竞争优势。在今天这个高度竞争的市场环境中，只有通过创新，才能让我们的产品、服务与品牌形成真正的差异化，创造出难以被模仿的独特价值。当我们拥有持续创新的能力，就能

无惧市场变化，始终保持主动，始终走在行业前列。

六、客户认可：创新驱动下的信任与合作

正是因为 MotoMotion 始终坚持“创新是一种信仰”，不断在产品设计、功能研发和服务体验上追求突破，MotoMotion 赢得了众多零售商客户的高度认可与肯定。

1. Customer A (A 客户)

“You guys are constantly striving for the next great thing and keeping the technology moving forward, which is exciting for us and exciting for our retail customers.”（你们不断追求下一个伟大的创新，持续推动技术向前发展，这不仅让我们感到兴奋，也让我们的零售客户倍感期待。）

2. Customer B (B 客户)

“You guys think outside the box and are always leading the edge. You come out with it before anybody else even thinks about it.”（你们总是打破常规并跳出框架思考，始终引领行业前沿。很多时候，在其他人都还没有想到的时候，你们早就已经率先推出了全新产品。）

3. Customer C (C 客户)

“I think MotoMotion is just being super innovative and kind of always the first to market with all the great technology and features.”（我认为，MotoMotion 真正做到了极致创新，总是第一个将最先进的技术和功能推向市场。）

4. Customer D (D 客户)

“Absolutely no one says anything except, wow. Some cannot afford it, but they all love it. And that is the main thing. And when you have got things that nobody has, you

are going to win every single time. It invigorates the sales host to want to show it. They cannot wait at the front door to say, I want to show you the most popular motion recliner we have ever had in our store. And that is what gets the customer to say, show me. If it is that popular, show me. And it is just wonderful.”（没有一个人不发出“哇”的感叹。有些人可能负担不起，但所有人都喜欢这把椅子，这才是最重要的。当你拥有别人没有的东西时，你每一次都会赢。这也极大地激发了销售人员的热情，他们在门口就迫不及待地想对顾客说：“我要带你看看我们店里最受欢迎的功能椅。”这让顾客也会回应：“既然这么受欢迎，那就带我看看。”这一切真的太棒了。）

这些来自零售商客户的最直接的反馈是如此宝贵，它不仅是对我们创新成果的充分肯定，更是激励我们不断前行的源动力。每一次认可，都是一份责任。未来，我们将以此为动力，持续投入研发与设计，不断引领行业趋势，努力为客户、合作伙伴和终端消费者创造体现更高价值的产品与服务。



七、MotoMotion 展厅：低迷市场中的亮点

2025 年春季美国高点家具展览会 (High Point Market) 按计划将于 2025 年 4 月 26 日至 30 日在美国北卡罗来纳州高点市 (High Point, NC) 举行。作为全球规模最大、历史最悠久的家具及家居装饰行业盛会之一，该展会每年春秋两季举办，参展商约 2,000 家，展厅面积超过 110 万平方英尺，涵盖约 180 栋建筑，吸引 75,000 至 80,000 名来自世界各地的专业买家、设计师、零售商和制造商共同参与。

在整体宏观环境及贸易政策变化的背景下，行业信心普遍受到一定冲击。现场整体氛围较往届趋于平淡，市场景气度呈现出一定程度的下滑趋势，具体表现如下：

1. 客流量显著下降

- 受 4 月初关税政策不确定性的影响，展会整体访客人数明显减少，现场人气较往届同期明显偏淡。当我们搭乘从中国飞往美国的航班途中，在机场现场便已听到来自中国的部分业务人员及周边行业人士交流提及，已有客户因关税不确定性取消了原定的展会预约。更值得关注的是，作为全球第三大零售商的 Costco，也因关税政策的不确定因素，正式决定不派遣美国总部团队赴高点参展，放弃原本安排的各项展厅访问与采购计划：We are working through a lot of tariff changes as a group and feel that it's best for us to stay back and take care of the business. (我们整个团队正在集中处理大量与关税变动相关的事务，因此我们认为，留在公司专注于业务处理是目前最好的选择。)

- 多数展厅访客稀少，部分展厅甚至出现长时间无人参观的情况。
- 展馆通道空旷，电梯等公共区域排队等待现象明显减少，整体流动性偏弱。

2. 采购节奏明显放缓

- 部分客户因关税政策尚不明朗，采购决策更加谨慎，展会期间下单速度整体放缓。
- 现场主要以观摩、了解和沟通为主，即时下单和确认订单的比例明显下降。

3. 市场信心波动

- 受美国国内利率高企、经济前景不确定、贸易摩擦加剧等多重因素叠加影响，行业整体信心出现波动。
- 部分零售商（尤其是中小型零售商）对未来消费端承接能力持观望态度，采购预算趋于保守。

尽管整体市场景气承压，MotoMotion 在展会期间依然展现出卓越表现，我们对此深感荣幸与自豪。

从星期一（4 月 21 日，展会正式开幕前五天）起，MotoMotion 的展厅便已迎来首批访客，并在随后持续保持了高频次、高质量的客户到访热度。大型连锁零售商前后多次到访展厅，普遍达到四至五次。初期以采购家及商品总监为主，随后则由零售商的副总裁、总裁、CEO，甚至创始人亲自到场参与产品评估与决策。部分核心客户在 MotoMotion 展厅的单次停留时间长达四至五小时，远高于行业平均水平。

MotoMotion 的展厅设计，采用了零售终端场景化展示的方式，提前按照零售现场标准进行规划搭建，极大提升了客户的沉浸式体验。

此次展会期间，我们观察到一个引人注目的现象：许多零售商客户不仅携带完整的团队前来参观，还在展厅的场景区域旁进行深入的现场讨论与决策。

部分客户借此机会决定采购新的商品，而另一些客户则在等待已订购商品到达门店期间，提前在我们的展厅中规划后续的零售端布置、销售策略以及吸引顾客的多种方法。

这种高度互动的行为在以往的展会上较为少见，体现了客户对 MotoMotion 产品和品牌的高度认可与信任。同时，这也为我们提供了宝贵的学习机会，使我们能够深入了解零售商的运营思路和市场策略，进一步优化我们的产品布局和市场定位。

这种现象反映了零售商客户对品牌的高度参与度和合作意愿，也展示了我们展厅在促进客户决策和策略规划方面的重要作用。通过与客户的深入交流，我们不仅增强了彼此的合作关系，也为未来的市场拓展和产品创新奠定了坚实的基础。



八、从关税协商看客户关系：信任与合作的深化

此次 10%的临时关税政策出台后，我们与客户就成本分担问题进行了沟通。整体而言，绝大多数核心零售商展现出高度的责任感和合作精神。他们普遍关

注如何在当前市场低迷的背景下，尽可能维持终端售价的稳定，以避免对消费者购买意愿造成进一步影响。

部分大型零售商甚至未就关税分担问题与我们展开讨论。他们普遍认为，当前的 10%关税可能只是过渡性措施，倾向于待政策明确后再进行具体协商：I would not worry about it in the least. In the fullness of time, this will not make your top 100 list of great challenges.（我完全不会为此担心。随着时间的推移，这件事甚至不会列入你人生百大挑战之中。）

更有一些长期合作的优质客户主动表示支持，明确提出愿意配合我们采取任何有助于应对挑战的策略，积极展现出“共克时艰”的合作态度：We will figure all of this out together and keep growing and becoming stronger.（我们会一起解决所有问题，不断成长，变得更加强大。）

虽然也有少数中小型客户对关税成本的分担比例提出具体讨论，但在整个展会期间，关税议题并未成为客户关注的焦点。

在这种背景下，客户更倾向于与能够提供创新设计和高附加值产品的合作伙伴建立长期合作关系。他们看重的是产品的独特性和品牌的持续创新能力，而非短期的价格波动。

我们深感欣慰地看到，客户对我们产品的认可度持续提升，对长期合作的信任也在不断加深。这不仅体现了我们在产品研发和品牌建设方面的努力，也增强了我们在市场中的竞争力。

九、在信任中前行，于挑战中共赢

在高点展会期间，我们深切感受到零售商客户在面对挑战时展现出的坚定支持与创新精神。尽管面临 10%的关税压力，一些客户主动承担成本压力，积

极探索新的销售模式，以确保终端消费者能够以合理的价格购买、体验我们的产品。例如，一些客户通过提供长达五年（60 个月）的免息分期付款计划，使消费者每月仅需支付约 80 美元即可拥有高性能、高价值的产品，显著降低了购买门槛。

更令人振奋的是，多位行业领袖在展会期间与我们特别分享了他们的成功经验，并表示将进一步加大在金融服务和市场营销方面的投入。他们计划邀请有影响力的名人代言，购买更多的广告时段，以扩大品牌影响力和市场覆盖面。这种在逆境中加大投入、坚定前行的态度，充分体现了他们对我们产品及品牌的高度认可和对市场前景的信心。

客户的积极反馈与实际行动，不仅是对公司创新成果的高度肯定，更成为激励我们持续前行的不竭动力。未来，我们将始终坚持以客户为中心，持续深化创新、优化服务，殚精竭虑、精益求精，不断为客户创造更高价值与更优体验。

让我们携手并肩，共同迎接未来的机遇与挑战！

常州匠心独具智能家居股份有限公司

总经理：徐梅钧

2025 年 4 月 28 日

证券代码：301061

证券简称：匠心家居

公告编号：2025-019

常州匠心独具智能家居股份有限公司 2025 年第一季度报告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

重要内容提示：

- 1.董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证季度报告的真实、准确、完整，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。
- 2.公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人(会计主管人员)声明：保证季度报告中财务信息的真实、准确、完整。
- 3.第一季度报告是否经过审计

是 否

一、主要财务数据

(一) 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

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减 (%)
营业收入(元)	772,512,162.27	559,160,866.38	38.16%
归属于上市公司股东的净利润 (元)	194,094,105.20	120,999,957.28	60.41%
归属于上市公司股东的扣除非 经常性损益的净利润(元)	186,357,214.44	113,215,885.74	64.60%
经营活动产生的现金流量净额 (元)	122,846,680.30	76,882,654.63	59.78%
基本每股收益(元/股)	1.16	0.73	58.90%
稀释每股收益(元/股)	1.16	0.73	58.90%
加权平均净资产收益率	5.28%	3.95%	1.33%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减 (%)
总资产(元)	4,590,172,046.99	4,346,134,565.57	5.62%
归属于上市公司股东的所有者 权益(元)	3,771,384,059.88	3,574,934,854.43	5.50%

(二) 非经常性损益项目和金额

适用 不适用

单位：元

项目	本报告期金额	说明
非流动性资产处置损益(包括已计提 资产减值准备的冲销部分)	-94,054.16	
计入当期损益的政府补助(与公司正 常经营业务密切相关、符合国家政策 规定、按照确定的标准享有、对公司 损益产生持续影响的政府补助除外)	210,200.00	
除同公司正常经营业务相关的有效套 期保值业务外,非金融企业持有金融 资产和金融负债产生的公允价值变动 损益以及处置金融资产和金融负债产 生的损益	9,609,367.12	
除上述各项之外的其他营业外收入和 支出	25,522.34	
减:所得税影响额	2,014,144.54	
合计	7,736,890.76	--

其他符合非经常性损益定义的损益项目的具体情况

适用 不适用

公司根据《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益》定义界定“其他符合非经常性损益定义的损益项目”，以及把《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益》中列举的非经常性损益项目界定为经常性损益的项目的原因说明。

将《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益》中列举的非经常性损益项目界定为经常性损益项目的情况说明

适用 不适用

项目	涉及金额（元）	原因
个税手续费返还	235,317.45	个税手续费返还每期都发生，故列为经常性损益

（三）主要会计数据和财务指标发生变动的情况及原因

适用 不适用

1、资产负债表项目重大变动情况

单位：元

项目	期末余额	上年年末数	增减幅度	重大变动说明
货币资金	1,409,547,082.50	2,136,561,136.78	-34.03%	主要系购买理财产品业务增加导致货币资金减少所致
交易性金融资产	1,841,849,979.04	919,024,356.42	100.41%	主要系购买理财产品业务增加所致
预付款项	7,199,396.17	4,665,288.77	54.32%	主要系预付货款增加所致
其他应收款	17,417,587.17	8,575,980.48	103.10%	主要系厂房租赁押金增加所致
短期借款	38,052,578.00	16,918,777.78	124.91%	主要系短期借款增加所致
预收款项	3,408,199.60	2,457,980.60	38.66%	主要系预收货款增加所致
应交税费	40,367,910.06	29,881,506.73	35.09%	主要系应纳企业所得税增加所致

2、利润表项目重大变动情况

单位：元

项目	年初至本报告期	上年同期数	增减幅度	重大变动说明
营业收入	772,512,162.27	559,160,866.38	38.16%	主要系商品销售收入增加所致
税金及附加	3,240,859.28	2,334,484.81	38.83%	主要系营业收入增加导致的税费增加所致

销售费用	25,834,663.76	16,187,039.06	59.60%	主要系与销售相关的工资、佣金、差旅费增加所致
研发费用	41,173,973.68	28,471,967.70	44.61%	主要系新品研发投入增加所致
其他收益	472,797.37	307,415.53	53.80%	主要系与收益相关的政府补助增加所致
公允价值变动收益	2,040,613.04	178,202.93	1045.11%	主要系交易性金融资产产生的公允价值增加所致
信用减值损失	-1,469,061.10	-3,059,649.00	51.99%	主要系本期计提的应收账款、其他应收款的坏账准备减少所致
所得税费用	32,607,840.16	24,601,593.72	32.54%	主要系利润总额增加导致的所得税费用增加所致

3、现金流量表项目重大变动情况

单位：元

项目	年初至本报告期	上年同期数	增减幅度	重大变动说明
经营活动产生的现金流量净额	122,846,680.30	76,882,654.63	59.78%	主要系本期销售商品、提供劳务收到的现金增加所致
投资活动产生的现金流量净额	-902,029,230.04	77,362,530.71	-1265.98%	主要系购买理财产品金额增加所致
筹资活动产生的现金流量净额	22,888,024.59	13,713,957.28	66.90%	主要系短期借款增加所致

二、股东信息

(一) 普通股股东总数和表决权恢复的优先股股东数量及前十名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	5,493	报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）	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
李小勤	境内自然人	43.10%	72,134,400.00	54,100,800.00	不适用	0
宁波梅山保税港区随遇心蕊投资有限公司	境内非国有法人	24.01%	40,185,600.00	0.00	不适用	0
宁波明明白白企业管理合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	3.91%	6,552,000.00	0.00	不适用	0

常州清庙之器企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	2.05%	3,432,000.00	0.00	不适用	0
徐梅钧	境内自然人	1.61%	2,691,000.00	2,018,250.00	不适用	0
香港中央结算有限公司	境外法人	1.31%	2,200,649.00	0.00	不适用	0
中国工商银行股份有限公司—中欧时代先锋股票型发起式证券投资基金	其他	1.31%	2,200,094.00	0.00	不适用	0
中信银行股份有限公司—永赢睿信混合型证券投资基金	其他	1.10%	1,835,872.00	0.00	不适用	0
浙商银行股份有限公司—永赢稳健增强债券型证券投资基金	其他	0.91%	1,525,953.00	0.00	不适用	0
招商银行股份有限公司—东方红睿泽三年持有期混合型证券投资基金	其他	0.79%	1,328,527.00	0.00	不适用	0

前 10 名无限售条件股东持股情况（不含通过转融通出借股份、高管锁定股）

股东名称	持有无限售条件股份数量	股份种类	
		股份种类	数量
宁波梅山保税港区随遇心蕊投资有限公司	40,185,600.00	人民币普通股	40,185,600.00
李小勤	18,033,600.00	人民币普通股	18,033,600.00
宁波明明白白企业管理合伙企业（有限合伙）	6,552,000.00	人民币普通股	6,552,000.00
常州清庙之器企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	3,432,000.00	人民币普通股	3,432,000.00
香港中央结算有限公司	2,200,649.00	人民币普通股	2,200,649.00
中国工商银行股份有限公司—中欧时代先锋股票型发起式证券投资基金	2,200,094.00	人民币普通股	2,200,094.00
中信银行股份有限公司—永赢睿信混合型证券投资基金	1,835,872.00	人民币普通股	1,835,872.00
浙商银行股份有限公司—永赢稳健增强债券型证券投资基金	1,525,953.00	人民币普通股	1,525,953.00
招商银行股份有限公司—东方红睿泽三年持有期混合型证券投资基金	1,328,527.00	人民币普通股	1,328,527.00
中国工商银行股份有限公司—融通中国风 1 号灵活配置混合型证券投资基金	917,536.00	人民币普通股	917,536.00
中信证券资产管理（香港）有限公司—客户资金	900,055.00	人民币普通股	900,055.00

上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，李小勤是宁波梅山保税港区随遇心蕊投资有限公司的控股股东、宁波明明白白企业管理合伙企业（有限合伙）的执行事务合伙人、常州清庙之器企业管理咨询合伙企业（有限合伙）的执行事务合伙人。除此外，未知上述股东相互之间是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。
前 10 名股东参与融资融券业务股东情况说明（如有）	无

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

（二）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

（三）限售股份变动情况

适用 不适用

单位：股

股东名称	期初限售股数	本期解除限售股数	本期增加限售股数	期末限售股数	限售原因	拟解除限售日期
李小勤	72,134,400.00	18,033,600.00	0	54,100,800.00	高管锁定股	2025 年 3 月 13 日
宁波梅山保税港区随遇心蕊投资有限公司	40,185,600.00	40,185,600.00	0	0	首发前限售股	2025 年 3 月 13 日
宁波明明白白企业管理合伙企业（有限合伙）	6,552,000.00	6,552,000.00	0	0	首发前限售股	2025 年 3 月 13 日
常州清庙之器企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	3,432,000.00	3,432,000.00	0	0	首发前限售股	2025 年 3 月 13 日
徐梅钧	2,642,250.00	672,750.00	0	2,018,250.00	高管锁定股	2025 年 3 月 13 日
合计	124,946,250	68,875,950	0	56,119,050		

三、其他重要事项

适用 不适用

公司首次公开发行前已发行部分股份解除限售，并于 2025 年 3 月 14 日上市流通。本次解除限售的股份数量为 124,800,000 股，占公司总股本的 74.57%，本次实际可上市流通数量为 34,756,800 股，占公司总股本的 20.77%，申请解除股份限售的股东户数为 5 户。详见巨潮网（www.cninfo.com.cn）上披露《关于首次公开发行前已发行股份上市流通的提示性公告》（公告编号：2025-002）。

四、季度财务报表

（一）财务报表

1、合并资产负债表

编制单位：常州匠心独具智能家居股份有限公司

单位：元

项目	期末余额	期初余额
流动资产：		
货币资金	1,409,547,082.50	2,136,561,136.78
结算备付金		
拆出资金		
交易性金融资产	1,841,849,979.04	919,024,356.42
衍生金融资产		
应收票据		
应收账款	423,603,572.68	412,722,999.57
应收款项融资		
预付款项	7,199,396.17	4,665,288.77
应收保费		
应收分保账款		
应收分保合同准备金		
其他应收款	17,417,587.17	8,575,980.48
其中：应收利息		
应收股利		
买入返售金融资产		
存货	516,632,389.41	468,005,653.85
其中：数据资源		
合同资产		
持有待售资产	14,959,536.00	14,959,536.00
一年内到期的非流动资产		21,959,077.39
其他流动资产	58,240,502.75	59,676,865.50
流动资产合计	4,289,450,045.72	4,046,150,894.76
非流动资产：		
发放贷款和垫款		
债权投资		
其他债权投资		
长期应收款		
长期股权投资		
其他权益工具投资		
其他非流动金融资产		
投资性房地产		
固定资产	141,179,220.13	139,532,912.68
在建工程		
生产性生物资产		
油气资产		
使用权资产	76,122,939.81	86,535,211.54
无形资产	21,893,586.63	22,572,867.10
其中：数据资源		
开发支出		
其中：数据资源		
商誉		
长期待摊费用	10,882,468.95	10,444,816.18

递延所得税资产	33,744,926.00	26,253,922.22
其他非流动资产	16,898,859.75	14,643,941.09
非流动资产合计	300,722,001.27	299,983,670.81
资产总计	4,590,172,046.99	4,346,134,565.57
流动负债：		
短期借款	38,052,578.00	16,918,777.78
向中央银行借款		
拆入资金		
交易性金融负债		
衍生金融负债		
应付票据	210,481,000.00	187,853,588.55
应付账款	392,871,792.58	376,784,140.42
预收款项	3,408,199.60	2,457,980.60
合同负债	2,754,767.20	2,835,258.28
卖出回购金融资产款		
吸收存款及同业存放		
代理买卖证券款		
代理承销证券款		
应付职工薪酬	33,528,334.63	45,055,807.99
应交税费	40,367,910.06	29,881,506.73
其他应付款	278,023.46	226,268.88
其中：应付利息		
应付股利		
应付手续费及佣金		
应付分保账款		
持有待售负债		
一年内到期的非流动负债	33,357,465.20	39,743,015.04
其他流动负债		
流动负债合计	755,100,070.73	701,756,344.27
非流动负债：		
保险合同准备金		
长期借款		
应付债券		
其中：优先股		
永续债		
租赁负债	50,225,501.90	55,080,410.66
长期应付款		
长期应付职工薪酬		
预计负债	5,586,934.92	5,585,821.29
递延收益	598,884.34	626,164.26
递延所得税负债	7,276,595.22	8,150,970.66
其他非流动负债		
非流动负债合计	63,687,916.38	69,443,366.87
负债合计	818,787,987.11	771,199,711.14
所有者权益：		
股本	167,370,613.00	167,370,613.00
其他权益工具		
其中：优先股		
永续债		
资本公积	1,691,492,957.13	1,685,643,243.11
减：库存股		
其他综合收益	20,427,989.07	23,922,602.84
专项储备		
盈余公积	68,710,740.94	68,710,740.94
一般风险准备		
未分配利润	1,823,381,759.74	1,629,287,654.54

归属于母公司所有者权益合计	3,771,384,059.88	3,574,934,854.43
少数股东权益		
所有者权益合计	3,771,384,059.88	3,574,934,854.43
负债和所有者权益总计	4,590,172,046.99	4,346,134,565.57

法定代表人：徐梅钧

主管会计工作负责人：王俊宝

会计机构负责人：谢莉芬

2、合并利润表

单位：元

项目	本期发生额	上期发生额
一、营业总收入	772,512,162.27	559,160,866.38
其中：营业收入	772,512,162.27	559,160,866.38
利息收入		
已赚保费		
手续费及佣金收入		
二、营业总成本	554,307,849.73	419,834,255.25
其中：营业成本	485,095,400.12	373,441,315.61
利息支出		
手续费及佣金支出		
退保金		
赔付支出净额		
提取保险责任准备金净额		
保单红利支出		
分保费用		
税金及附加	3,240,859.28	2,334,484.81
销售费用	25,834,663.76	16,187,039.06
管理费用	21,151,368.13	18,513,788.51
研发费用	41,173,973.68	28,471,967.70
财务费用	-22,188,415.24	-19,114,340.44
其中：利息费用	1,137,771.99	1,527,250.45
利息收入	11,239,192.78	11,685,212.93
加：其他收益	472,797.37	307,415.53
投资收益（损失以“-”号填列）	7,568,754.08	8,864,390.26
其中：对联营企业和合营企业的投资收益		
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益		
汇兑收益（损失以“-”号填列）		
净敞口套期收益（损失以“-”号填列）		
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	2,040,613.04	178,202.93
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-1,469,061.10	-3,059,649.00
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-46,938.75	1,459.33
资产处置收益（损失以“-”号填列）	81,422.25	

三、营业利润（亏损以“-”号填列）	226,851,899.43	145,618,430.18
加：营业外收入	25,526.00	12,038.61
减：营业外支出	175,480.07	28,917.79
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	226,701,945.36	145,601,551.00
减：所得税费用	32,607,840.16	24,601,593.72
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	194,094,105.20	120,999,957.28
（一）按经营持续性分类		
1.持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	194,094,105.20	120,999,957.28
2.终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）		
（二）按所有权归属分类		
1.归属于母公司所有者的净利润	194,094,105.20	120,999,957.28
2.少数股东损益		
六、其他综合收益的税后净额	-3,494,613.77	-9,194,645.33
归属母公司所有者的其他综合收益的税后净额	-3,494,613.77	-9,194,645.33
（一）不能重分类进损益的其他综合收益		
1.重新计量设定受益计划变动额		
2.权益法下不能转损益的其他综合收益		
3.其他权益工具投资公允价值变动		
4.企业自身信用风险公允价值变动		
5.其他		
（二）将重分类进损益的其他综合收益	-3,494,613.77	-9,194,645.33
1.权益法下可转损益的其他综合收益		
2.其他债权投资公允价值变动		
3.金融资产重分类计入其他综合收益的金额		
4.其他债权投资信用减值准备		
5.现金流量套期储备		
6.外币财务报表折算差额	-3,494,613.77	-9,194,645.33
7.其他		
归属于少数股东的其他综合收益的税后净额		
七、综合收益总额	190,599,491.43	111,805,311.95
归属于母公司所有者的综合收益总额	190,599,491.43	111,805,311.95
归属于少数股东的综合收益总额		
八、每股收益：		
（一）基本每股收益	1.16	0.73
（二）稀释每股收益	1.16	0.73

本期发生同一控制下企业合并的，被合并方在合并前实现的净利润为：元，上期被合并方实现的净利润为：元。

法定代表人：徐梅钧

主管会计工作负责人：王俊宝

会计机构负责人：谢莉芬

3、合并现金流量表

单位：元

项目	本期发生额	上期发生额
----	-------	-------

一、经营活动产生的现金流量：		
销售商品、提供劳务收到的现金	736,861,024.70	528,949,092.30
客户存款和同业存放款项净增加额		
向中央银行借款净增加额		
向其他金融机构拆入资金净增加额		
收到原保险合同保费取得的现金		
收到再保业务现金净额		
保户储金及投资款净增加额		
收取利息、手续费及佣金的现金		
拆入资金净增加额		
回购业务资金净增加额		
代理买卖证券收到的现金净额		
收到的税费返还	49,975,564.98	26,164,840.62
收到其他与经营活动有关的现金	14,277,388.05	17,778,332.05
经营活动现金流入小计	801,113,977.73	572,892,264.97
购买商品、接受劳务支付的现金	490,250,298.11	376,978,904.44
客户贷款及垫款净增加额		
存放中央银行和同业款项净增加额		
支付原保险合同赔付款项的现金		
拆出资金净增加额		
支付利息、手续费及佣金的现金		
支付保单红利的现金		
支付给职工以及为职工支付的现金	126,754,420.65	86,503,335.72
支付的各项税费	35,540,674.31	23,711,027.33
支付其他与经营活动有关的现金	25,721,904.36	8,816,342.85
经营活动现金流出小计	678,267,297.43	496,009,610.34
经营活动产生的现金流量净额	122,846,680.30	76,882,654.63
二、投资活动产生的现金流量：		
收回投资收到的现金	600,036,051.94	1,390,050,000.00
取得投资收益收到的现金	18,465,930.46	10,103,363.83
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	11,300.00	
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额		
收到其他与投资活动有关的现金	2,920,168.85	
投资活动现金流入小计	621,433,451.25	1,400,153,363.83
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	8,052,549.17	8,290,833.12
投资支付的现金	1,509,280,000.00	1,314,500,000.00
质押贷款净增加额		
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额		
支付其他与投资活动有关的现金	6,130,132.12	
投资活动现金流出小计	1,523,462,681.29	1,322,790,833.12
投资活动产生的现金流量净额	-902,029,230.04	77,362,530.71
三、筹资活动产生的现金流量：		
吸收投资收到的现金		
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金		
取得借款收到的现金	38,084,491.00	24,415,650.00
收到其他与筹资活动有关的现金		
筹资活动现金流入小计	38,084,491.00	24,415,650.00

偿还债务支付的现金		
分配股利、利润或偿付利息支付的现金		
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润		
支付其他与筹资活动有关的现金	15,196,466.41	10,701,692.72
筹资活动现金流出小计	15,196,466.41	10,701,692.72
筹资活动产生的现金流量净额	22,888,024.59	13,713,957.28
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	9,325,298.23	6,412,502.23
五、现金及现金等价物净增加额	-746,969,226.92	174,371,644.85
加：期初现金及现金等价物余额	2,091,742,246.61	849,063,844.94
六、期末现金及现金等价物余额	1,344,773,019.69	1,023,435,489.79

（二）2025 年起首次执行新会计准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

适用 不适用

（三）审计报告

第一季度报告是否经过审计

是 否

公司第一季度报告未经审计。

常州匠心独具智能家居股份有限公司董事会
2025 年 04 月 29 日