

证券代码：002678

证券简称：珠江钢琴

公告编号：2026-007

广州珠江钢琴集团股份有限公司 2025 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

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	珠江钢琴	股票代码	002678
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	杨小强	李丹娜	
办公地址	广州市增城区永宁街香山大道 38 号 1 号楼、 厂房（自编号 3 号楼）	广州市增城区永宁街香山大道 38 号 1 号楼、 厂房（自编号 3 号楼）	
传真	020-81503515	020-81503515	
电话	020-81514020	020-81514020	
电子信箱	yxq@prpiano.cn	ldn@prpiano.cn	

2、报告期主要业务或产品简介

报告期内，公司始终坚持“一坚持，三转变”战略规划，锚定“强管理、去库存、抢赛道、求生存”工作主线，积极应对乐器消费市场、行业深度调整的挑战，依托核心品牌优势，深耕钢琴主业，加速文旅研学、演艺灯光等多元赛道布局，拓展多元业务版图，培育发展新动能，稳步推进公司从文化制造业向文化服务业转型升级。公司已连续 18 年被认定为“国家文化出口重点企业”，行业地位持续巩固。在 2025 中国品牌价值评价信息中，珠江钢琴品牌强度达 917，品牌价值达 54.14 亿元，品牌影响力持续提升，核心竞争力进一步夯实。

（一）钢琴及其延伸业务

1、创新驱动提质，营销赋能增效

（1）科技融合创新，强化产品核心竞争力

面对行业消费市场、大宗乐器支出意愿变化的外部环境，公司多措并举，稳经营、提品质、拓市场。持续优化产品矩阵，聚焦高端化和智能化升级，2025 年新增钢琴产品型号 47 个，其中恺撒堡 K-CS、珠江 DQ100、舒密尔·F123SE 等多款钢琴获评 2025 年上海国际乐器展全球业界新品首发活动“最佳新品”称号。围绕传统钢琴工艺与智能技术的融合创新，

公司大力发展跨界钢琴产品，新推出的 C101B、DQ100 等 5 款跨界钢琴搭载公司自主研发的智能系统，采用恺撒堡演奏级三角钢琴音源与多单元声学设计，高度还原专业演奏音色，配备实木击弦机与重锤键盘，触感贴近传统钢琴，可同时兼顾专业练习需求；具备 LED 灯光跟弹提示、蓝牙连接、静音练琴、录音回放等功能，适配自学、教学、家庭等多场景使用。产品外观简约时尚、体积紧凑，无需调律、易保养，契合现代消费需求。公司以工艺+科技+场景创新，聚焦高端化与智能化升级，持续丰富产品矩阵，提升用户体验与市场竞争力。

此外，公司持续开展技术攻关工作，提升钢琴共鸣效果与演奏性能，报告期内共开展新材料、新工艺改进试验 205 项，推进水性漆等环保涂料和竹材等新型材料的应用技术，为后续生产技术升级奠定坚实基础，强化产品核心竞争力。2025 年获得中国乐器行业“创新调整年”先进单位、“中国乐器行业专利成果一等奖”，为钢琴业务高质量发展提供坚实支撑。

（2）多元营销发力，推动内外贸提质增效

营销端借助电商大促、线下直销活动、乐器展会、政企地推、投标市场与集成采购项目等多元形式不断拓展国内市场，扩大品牌触达范围与社群用户规模；同时深耕东南亚、中亚、南美等海外新兴市场，依托美国 NAMM 乐器展、巴西圣保罗乐器展、新加坡 2025 年度亚太区经销商会议等国际展会与海外经销商网络，挖掘海外市场潜力，提升品牌国际影响力，稳固全球市场地位，持续发挥核心业务根基作用。

2、协同赋能发展，打造教育服务标杆

以“培训+销售”协同发展为核心，持续优化业务布局与服务体系。公司依托全资子公司文教公司，推进珠江钢琴艺术中心市场布局。报告期内新设创梦园校区（珠江钢琴乐器超市），采用展区与校区融合模式，融合乐器展销、音乐教育、艺术体验与文化沙龙，以“全品类、一站式、沉浸式”的理念，为访客开启了音乐生活新体验，艺术中心成立半年来，通过“线下体验+线上直播”双线赋能，线下累计接待访客数千人次，线上直播辐射观众超数十万，实现教学场景与产品展示的高效联动。艺术中心推进课程多元化与特色化升级，打破单一钢琴培训局限，同步配套钢琴、电吹管、民乐、老年合唱团等多品类教学服务，扩大客户群体范围、提升学员粘性。同时，文教公司持续深化校企合作，与星海音乐学院国乐系、广州理工学院音乐舞蹈学院、广东省外语艺术职业学院、广东外语外贸大学南国商学院艺术学院等多所高校建立起稳固的合作关系，联合共建高水平的“教学实践”基地，通过共建实践平台，为院校师生提供艺术实践与产业对接机会，同时壮大公司师资力量。2025 年，珠江钢琴艺术中心文德路直营校区入选首批“广东品牌名店”，珠江钢琴乐器超市艺术空间荣膺广州“CREATIVE GUANGZHOU 文化创意 100 美空间榜单”，树立了教育服务行业标杆形象，提升品牌行业影响力。

2025 年，文教公司首度承办“乐海杯”民族器乐大赛广州赛区初赛，吸引众多扬琴、古筝、琵琶、二胡等国乐选手齐聚一堂，竞展民族音乐风华。同时以“2025 珠江·恺撒堡国际青少年钢琴大赛”为抓手，联动全国分赛区开展大师课、音乐会、音乐讲座等配套活动，以赛事为纽带，赋能培训业务推广，推动艺术教育普及与乐器销售双向赋能。

3、延伸产业链条，培育多元增长动能

依托珠江钢琴在木材加工、漆面工艺、数码乐器业务的声学技术积累、智能制造等方面的核心优势，积极推进产业链横向延伸、拓展家具、音响产品，与主业形成协同效应。报告期内，公司新开发音箱型号 73 款、音箱成品 5 款，其中有线耳机 1 款和无线麦克风 1 款，相关产品亮相美国 NAMM 乐器展、广州国际灯光音响展等重要活动，通过参展、定向推广等模式，精准覆盖核心受众，强化品牌曝光，助力业务拓展与渠道建设。家具板块围绕“工程项目+美学设计+定制产品+高定门板”四大方向精准发力，与广州美院开展合作设计开发，成功打造“斑马系列”“东方美学系列”和“童梦乐园系列”三大产品系列，2025 年新开发家具近 150 款；通过构建“工程项目为核心、定制化为增长极、零售为补充”三位一体的业务格局，家具板块完成从 C 端零售向 B 端工程业务的战略转型。公司精准对接家用视听、家居装饰市场需求，系统性推进渠道建设工作，推动业务从培育期向成长期过渡，完善公司多元消费品类布局，培育新的盈利增长点。

4、构建文化生态，赋能品牌升级

公司大力构建音乐文化生态，以文化活动赋能品牌发展，提升品牌文化内涵。2025 年举办“2025 珠江·恺撒堡国际青少年钢琴大赛”，创新改制大赛赛事规则，在海内外布局超 200 个分赛区，吸引近 2 万名选手参与竞技，赛事成功入选“中国乐器行业新时代”品牌活动 IP 影响力榜单，进一步通过赛事赋能品牌文化发展，扩大品牌国际影响力。2025 年 11 月，公司自主研发的“珠江号”梦幻水晶三角钢琴惊艳亮相十五运开幕式，以匠心设计与艺术呈现，展现公司在高端乐器研发与创新设计上的核心能力，彰显民族钢琴品牌的综合实力与行业影响力，是公司技术创新与文化赋能，助力粤港

广州珠江钢琴集团股份有限公司 2025 年年度报告摘要

澳文化交流的重要实践。报告期内，公司通过主办、承办、协办、赞助、乐器支持等方式开展线下活动 435 余场，奖学金活动 40 场；重点承办第十五届中国音乐金钟奖广东选拔赛、广州市职工合唱大赛等重磅活动，协办 2025 年广州国际灯光节，参与兰州国际钢琴艺术周、鼓浪屿钢琴艺术周等特色活动，为广东城市文化建设与文化高质量发展持续注入动力。

5、优化园区布局调整，盘活存量资产增效。

2025 年公司增城园区通过工艺布局优化调整，完成大沥厂新厂区厂房面积 33,000 平方米搬迁和增城园区 5 号楼的整体搬迁腾空并实现对外租赁。京珠公司通过对整个厂区进行重新规划布局，完成场地腾空 5,000 平方米。截至 2025 年底，公司已实现近 200,000 平方米物业外租，有效盘活存量资产，提升资产运营效益。

(二) 数码乐器业务：创新提质增效，构建完整生态

1、聚焦产品创新 斩获多项荣誉

集团控股子公司艾茉森公司紧跟市场消费趋势，持续优化营销策略，强化技术创新投入，积极构建完整的数码乐器生态链。报告期内，艾茉森公司强化产品研发创新，聚焦专业演奏、音乐教育及家用场景等的数码钢琴、折叠琴、电子鼓、电吹管等产品研发，全年共推出电钢琴、电吹管等 45 个新型号产品，其中 T33 智能弹唱钢琴凭借一键切换弹唱模式及自主研发弹唱 APP 等创新设计，荣获 2025 年上海国际乐器展全球业界新品首发活动“最佳新品”称号；艾茉森公司数码钢琴产品入选 2025 年老年用品推广目录，智能静音系统、艾茉森自带蓝牙传输功能的智能电子鼓系统（AD-3S）入选轻工第十二批升级消费品名录，“重锤力度键盘类数码钢琴”入选中国教育装备行业 2025 年品牌案例《校园软式体育器材》。2025 年，艾茉森公司电子琴、折叠琴产品销量突破 1 万台，实现突破性增长。

2、攻坚核心技术 强化自主可控

艾茉森公司持续提升核心部件自主化水平，进一步夯实技术竞争优势，将自主研发的主板和键盘导入各系列产品，实现研发成果产业化转化。截至 2025 年底，自主主板导入率 52.6%、自主键盘导入率 54.6%，进一步提升核心零部件自主可控水平；完成新品类成果转化 40 个，产品全面覆盖招投标定制、外贸备货及线上线下全渠道，成功推出 HM9、VDP903 等重点产品，进一步巩固数码乐器领域技术优势与市场竞争力。

3、深耕渠道布局 拓宽合作边界

艾茉森公司持续优化市场渠道布局，实现线上线下协同增长，联动高校、音乐协会等资源拓展 B 端市场；与璇无际机器人公司达成战略合作，推动科技与音乐文化深度融合，为业务持续高质量发展注入新动能。

(三) 舞台演艺灯光业务：布局全新赛道，彰显专业实力

1、战略布局新业 拓展视觉生态

近年舞台演艺灯光市场蓬勃发展，为更好地助力公司迈向多元化、综合化的发展新阶段，实现公司文旅、音乐文化活动、园区运营等产业链的延伸与资源共享，2025 年 6 月，公司以自有资金出资 12,000 万元人民币设立全资子公司宏洋明道公司，其项目研产销及管理团队整体入驻增城园区，开启演艺舞台灯光新篇章，以技术赋能实现从“听觉”领域向“视觉”领域的跨越延伸，构建听视觉联动的全新产业生态。

2、坚持技术创新 提升产品品质

宏洋明道公司自成立以来，坚持以技术创新为核心驱动力，持续提质升级，成功推出 6 款舞台灯新产品，助力专业演艺灯光品质实现新突破。其中，F15 全防护四合一摇头灯采用 IP66 全防护结构，搭配高性能电路系统，可适配室内外各类演出场景，通用性与稳定性突出。宏洋明道公司坚持“科技赋能文化艺术，专业服务社会公众”的发展理念，在全国范围内参与建设多项具有代表性的文化演艺项目，以优质的光影系统解决方案，助力文化产业发展。

3、深化文旅协同，彰显品牌实力

公司将舞台灯光业务与自身文旅项目、音乐文化活动、园区运营深度协同，实现“音乐产业+舞台灯光”的资源共享与产业链延伸。2025 年 8 月，宏洋明道公司与开封市万岁山游览区有限公司签订了《设备采购安装项目合同》，开封市万岁山游览区有限公司向宏洋明道公司采购泛光、演艺设备及设备的安装调试服务，合同总金额为 1,830 万元（人民币）。此外，宏洋明道公司 F15 四合一摇头电脑灯、F4 光束摇头电脑灯全防护系列灯光产品先后参与亮相第十五届全国运动会开幕式、2026 央视总台春晚、2026 央视元宵晚会、广州国际灯光节等多项国家级及区域性重大文化活动，以高稳定性与高亮度光影表现，充分体现了宏洋明道公司产品在专业舞台灯光领域的技术实力、品牌影响力与市场竞争力。

(四) 文旅业务：布局融合赛道，打造特色标杆

1、布局核心文旅项目，推动业态升级

公司积极响应国家文化旅游深度融合发展战略，深入贯彻党的二十大关于推进文旅融合发展的重要论述，紧扣广州市“百千万工程”部署要求，全力布局文旅业务新赛道。2025年4月，公司以自有资金20,000万元设立全资子公司文之旅公司，专责文旅产业投资运营与生态构建，深度挖掘音乐文化与旅游产业融合价值，依托公司钢琴主业核心优势，系统推进“艺术+文旅”战略落地。通过整合音乐IP、文化场景、旅游资源与生态载体，打造“创意山水+演绎文旅+科技休闲”复合型艺术康养文旅产品体系，为公司开辟高质量发展新赛道、实现多元化战略布局，助力集团加快实现从“乐器制造”向“综合文化服务”战略跨越。2025年8月，公司控股三级子公司白水寨公司成功竞得白水寨风景名胜区白水仙瀑景区20年经营权。以“音乐赋能山水，文旅激活生态”为核心理念，规划总投资4亿元，致力将白水仙瀑景区打造成为“南中国山水悦养旅居目的地”与艺术文旅融合示范标杆。在9·29“山水交响·乐启新章”签约仪式上，公司联合七大市属国企及金融、文旅、商业等多方机构，在运营管理、品牌推广、产品开发、客源引流、商业配套等领域协同发力，构建“艺、文、旅、体、商”深度融合发展生态。扎实推进景区基础设施改造、业态提升与招商引资，创新实施“全域联动、国企引领、村景联动、业态升级”发展模式，推动景区从单一观光游览向综合旅居度假转型。自文之旅公司接管运营以来，快速完成栈道翻新、游客中心改造等基础提升工程，累计接待游客超10万人次，游客满意度达90%。

2、打造文旅商业新场景，塑造城市文化艺术新地标

以“音乐IP+城市空间+文旅消费”为创新方向，重磅打造“DSR·琴”钢琴魔盒（城市艺术会客厅），作为公司探索文旅商业新模式、赋能城市公共文化的标杆载体，构建集艺术展示、音乐体验、文创零售、轻饮休闲、文化交流于一体的沉浸式文旅商业新场景，形成“艺术可观赏、可体验、可消费、可传播”的完整生态。项目深度融合珠江钢琴经典IP、侨乡文化底蕴与岭南现代美学，以标志性钢琴魔盒造型为视觉符号，植入智能交互与艺术展演功能，既是服务市民游客的品质休闲空间，也是承载城市文化、传播音乐艺术的重要窗口。凭借鲜明的艺术特色与高品质场景营造，成功入选“Creative Guangzhou 文化创意100美空间”榜单，成为区域辨识度高、示范性强的城市文化艺术新地标，为艺术空间标准化复制、跨区域文旅商业拓展奠定坚实基础。

3、打造研学与文创载体，丰富文旅内涵

文之旅公司高标准推进科普研学基地建设，依托集团工业资源与景区生态优势，建成珠江钢琴文化科技研学基地。基地自2025年11月20日正式揭牌运营以来，精心策划“走进珠江钢琴”系列科普研学、康养学游等特色主题活动，累计接待学生超5,000人次，通过文化、科技、教育深度融合，打造集工业智造、自然生态、科创赋能于一体的三维育人平台，助力新时代素质教育高质量落地。同步强化文创产品创新研发，推出“小琴”AI智能公仔，以珠江DS191经典钢琴为原型，搭载智能语音交互系统，集名曲演奏、音乐科普、趣味互动于一体，成为艺术赋能消费的爆款文创产品。打造特色文旅线路，联动整合区域优质文旅资源，持续夯实产业发展底座。

强化艺术赋能传播，提升品牌软实力，坚持以艺术为内核、以活动为载体、以场景为纽带，全方位提升品牌影响力与美誉度。积极参与粤港澳大湾区女子半程马拉松、云萝生活节、广州文旅邀约大会等重大线下活动与专业展会，集中展示珠江文创系列产品，拓展市场渠道、彰显品牌实力。组织珠江乐队走进白云机场、派潭“村晚”、华西文化艺术季等城市窗口与公共文化阵地开展公益演出，用音乐艺术链接城市、景区与大众，以高品质艺术表演赋能文旅传播，持续提升品牌社会形象，不断增强品牌文化软实力与市场竞争力。

（五）民族乐器业务：深化战略合作，推动产业升级

2025年2月，公司与乐海乐器有限公司签订《战略合作协议》，双方约定在产品生产制造、品牌建设与市场营销、演艺与娱乐等方面开展深度合作，共同打造民族乐器行业标杆企业，推动中国民族乐器产业向高端化、智能化、国际化迈进，实现产业升级与企业高质量发展。2025年3月，公司与乐海企业管理咨询（沧州）有限公司共同设立合资公司乐海民族乐器发展（河北）有限公司，夯实民乐业务发展基础，整合双方优势资源。2025年10月，乐海乐器珠江钢琴生产基地在增城顺利落成并投产，新产线将乐海近百项专利沉淀的传统工艺与珠江钢琴的智能制造体系深度融合，助力民乐产品品质与生产效率双提升，推动民族乐器文化传承与创新。

（六）文化园区业务：创新运营模式，提升园区价值

1、创新IP运营，提升品牌影响

集团全资子公司文化园公司创新“文化IP+商业流量”运营机制，依托创梦园区内非遗集聚区、文化艺术名家工作室等优质资源，策划组织多样化的高质量活动。报告期内，文化园公司组织策划“逛非遗过大年”“珠江乐起·云聚创梦园”

（即刻创梦）直播人气赛活动等特色活动，以文化活动提升创梦园区影响力。通过线上新媒体与线下渠道协同宣传，园区各类宣传内容浏览量累计近 50 万次，品牌影响力持续提升。创梦园区被“粤港澳大湾区文艺合作峰会机制”吸纳为新共建单位，成功获评“广州市荔湾区创业孵化示范基地”“荔湾区区级文化创意产业园区”，并获得“2025 广州首发空间 2.0”、“2025 文化创意 100 美空间”等三项重要文商旅领域荣誉，品牌知名度持续提升，行业认可度进一步提高。

2、创新招商模式，构建协同生态

文化园公司建立政府、商协会、专业机构多方联动的招商机制，与市文广旅局、荔湾区商促局等部门紧密联动，对接智竞未来魔方、MaoLivehouse 等优质企业，拓宽客户渠道。截至 2025 年 12 月 31 日，创梦园区进驻企业超 100 家，出租率达 80%以上。

为更好地促进文化与科技融合发展，构建数字经济引领的现代工业和信息化产业体系，公司在创梦园区投资建设新的文化科技产业大楼，该大楼已于 2025 年完成主体建设，预计 2026 年投入使用。文化园公司前瞻性部署招商工作，夯实项目运营根基，制定招商方案，编制招商手册、拍摄新版宣传片，主动对接行业协会及重点企业；组织招商团队参加全球招商大会、大湾区文化产业投资大会等 10 余场展会，精准开展靶向招商与资源对接，全面拓宽合作渠道，为大楼建成后实现高效落地、快速投运筑牢坚实保障。

（七）关联业务：完善服务体系，提升服务能力

1、优化服务模式，增强客户粘性

琴趣公司主动寻求变革，通过“91 琴趣”公众号打造线上钢琴调律服务入口，优化运营与营销策略，推出多元化调律套餐，持续提升钢琴售后调律业务的服务质量与专业水平，进一步完善钢琴全生命周期服务体系，增强客户粘性与满意度。2025 年累计完成 975 单调律服务订单。

2、完善资质体系，拓展服务边界

恒声公司积极拓展 CQC 和 ROHS 认证业务，顺利完成 CMA 检测资质换版和 CNAS 检测资质复审，资质体系持续完善，提升服务专业性与权威性；新增电子钢琴维修/调整技术培训课程，丰富培训业务品类，拓展服务范围；完善和编制广东省调律师工种社会评价的题库和资料等，实现新赛道突破与老业务升级并举，持续提升核心服务能力，助力行业规范化发展。

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

	2025 年末	2024 年末	本年末比上年末增减	2023 年末
总资产	3,819,005,470.17	3,986,116,422.59	-4.19%	4,556,719,589.77
归属于上市公司股东的净资产	3,098,738,493.31	3,450,770,997.62	-10.20%	3,700,150,133.49
	2025 年	2024 年	本年比上年增减	2023 年
营业收入	569,664,546.16	677,173,599.36	-15.88%	1,128,017,548.03
归属于上市公司股东的净利润	-373,970,022.14	-235,622,547.97	-58.72%	5,878,519.31
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-383,364,469.81	-235,424,842.73	-62.84%	-46,202,185.81
经营活动产生的现金流量净额	-134,913,888.57	-217,054,669.86	37.84%	-315,883,823.82
基本每股收益（元/股）	-0.28	-0.17	-64.71%	0.004
稀释每股收益（元/股）	-0.28	-0.17	-64.71%	0.004
加权平均净资产收益率	-11.43%	-6.59%	-4.84%	0.16%

(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	123,513,992.29	117,184,352.78	145,454,882.36	183,511,318.73
归属于上市公司股东的净利润	-51,684,654.06	-86,054,178.87	-80,465,917.62	-155,765,271.59
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-53,800,891.47	-84,770,922.30	-81,821,938.07	-162,970,717.97
经营活动产生的现金流量净额	-70,273,837.06	-21,781,234.07	-69,058,131.67	26,199,314.23

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	25,000	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	23,939	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	
广州市城市建设投资集团有限公司	国有法人	51.00%	692,743,365	0	不适用	0	
广州产业投资控股集团有限公司	国有法人	16.40%	222,776,955	0	不适用	0	
广东省财政厅	国有法人	7.49%	101,724,480	0	不适用	0	
广州新华城市发展产业投资企业（有限合伙）	境内非国有法人	4.67%	63,414,633	0	不适用	0	
广州国寿城市发展产业投资企业（有限合伙）	境内非国有法人	3.84%	52,105,690	0	不适用	0	
阿拉丁音乐有限公司	境内非国有法人	0.31%	4,166,400	0	不适用	0	
香港中央结算有限公司	境外法人	0.28%	3,810,566	0	不适用	0	
刘佳	境内自然人	0.21%	2,897,271	0	不适用	0	
夏重阳	境内自然人	0.18%	2,510,000	0	不适用	0	
中国民生银行股份有限公司-金元顺安元启灵活配置混合型证券投资基金	其他	0.18%	2,458,400	0	不适用	0	
上述股东关联关系或一致行动的说明	广州新华城市发展产业投资企业（有限合伙）、广州国寿城市发展产业投资企业（有限合伙）的实际控制人同为广州市城市建设投资集团有限公司，因此广州市城市建设投资集团有限公司、广州新华城市发展产业投资企业（有限合伙）与广州国寿城市发展产业投资企业（有限合伙）构成一致行动人。 未知上述其他股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于《上市公司信息披露管理办法》规定的一致行动人。						
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	截至本报告期末，股东刘佳通过普通证券账户持有公司股份 762,297 股，通过客户信用交易担保证券账户/证券公司转融通担保证券持有公司股票 2,134,974 股，合计持有公司股份 2,897,271 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

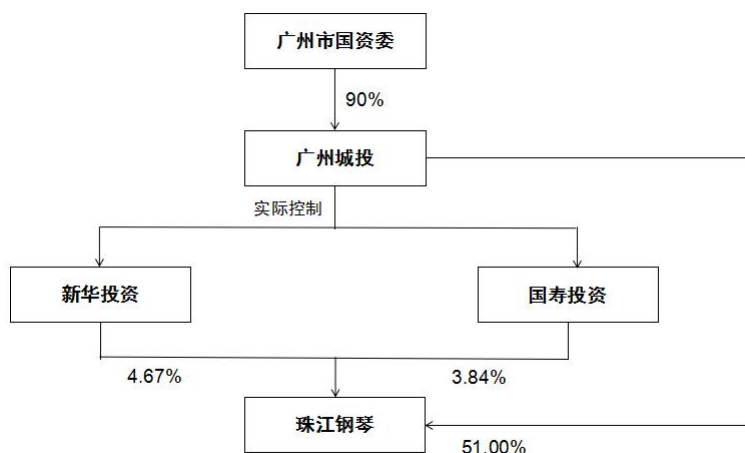
适用 不适用

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**

(一) 2025 年 6 月，为更好地助力公司迈向多元化、综合化的发展新阶段，实现产业链延伸与资源共享，进一步拓展企业发展空间，公司以 1.2 亿元自有资金设立全资子公司宏洋明道公司舞台灯光研产销一体化业务正式启航。为加快扩大企业规模效应，宏洋明道公司与明道科技集团开展独家业务合作，大幅缩短公司进入专业演艺灯光领域的周期，有效实现“音乐产业+大文旅+舞台灯光”的完整文化产业链协同，并进一步完善公司的产品业务矩阵。

(二) 2025 年 2 月 18 日，公司与乐海乐器有限公司签订《战略合作协议》。协议双方将充分发挥企业优势，共同打造民族乐器行业标杆企业，推动中国民族乐器产业向高端化、智能化、国际化迈进，实现产业升级与企业高质量发展。具体内容详见 2025 年 2 月 19 日登载于巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）、《证券时报》、《中国证券报》及《证券日报》的《关于与乐海乐器有限公司签订〈战略合作协议〉的公告》（公告编号：2025-005）。2025 年 3 月，公司与乐海企业管理咨询（沧州）有限公司共同设立了合资公司乐海民族乐器发展（河北）有限公司，合资公司未来定位为承接乐海乐器有限公司原有的民族乐器业务，开展民族乐器的研发、生产、制造和销售，形成完整产业链。2025 年 10 月，乐海乐器珠江钢琴生产基地在增城顺利落成并投产，新产线将强化产能布局，提升民族乐器智造水平，助力区域文化产业高质量发展。

(三) 2025 年 3 月 27 日，公司召开第四届董事会第三十二次会议、第四届监事会第二十次会议，审议通过了《关于公司 2022 年限制性股票激励计划第三个解除限售期解除限售条件未成就暨回购注销剩余部分限制性股票的议案》，公司监事会发表了核查意见。具体内容详见 2025 年 3 月 28 日登载于巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）的公告文件。

2025 年 4 月 23 日，公司召开 2024 年度股东大会审议通过了《关于公司 2022 年限制性股票激励计划第三个解除限售期解除限售条件未成就暨回购注销剩余部分限制性股票的议案》；同时，根据《公司法》等相关法律法规规定，公司就前述回购注销限制性股票减少注册资本事项履行了通知债权人程序，具体内容详见 2025 年 4 月 24 日登载于巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）的公告文件。自该公告披露之日起 45 日内，公司未收到债权人要求清偿债务或者提供担保的请求。

2025 年 7 月，公司已在中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司办理完成上述限制性股票的回购注销手续。本次回购注销完成后，公司总股本由 1,359,808,323 股减少至 1,358,320,323 股。具体内容详见 2025 年 7 月 2 日登载于巨潮资

讯网（www.cninfo.com.cn）、《证券时报》、《中国证券报》及《证券日报》的《关于 2022 年限制性股票激励计划剩余部分限制性股票回购注销完成的公告》（公告编号：2025-029）。

（四）根据公司战略发展方向和未来业务布局，公司以自有资金 20,000 万元人民币投资设立专责文旅业务发展的全资子公司文之旅公司。发力文旅事业，积极构建珠江钢琴文化旅游的实践平台，以产业与创新相融合的路径推动公司文化旅游的产业化进程，实现公司转型升级目标。具体内容详见 2025 年 4 月 2 日登载于巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）、《证券时报》、《中国证券报》及《证券日报》的《关于设立全资子公司的公告》（公告编号：2025-019）。2025 年 8 月 5 日，公司收到广州产权交易所发出的《评审结果通知书》，公司控股三级子公司白水寨公司成为白水寨风景名胜区白水仙瀑景区经营权招选项目的中标单位，为公司拓展文旅新赛道、延链补链提供新的经济增长点。具体内容详见 2025 年 8 月 6 日登载于巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）、《证券时报》、《中国证券报》及《证券日报》的《关于控股三级子公司竞拍中标结果的公告》（公告编号：2025-037）。

广州珠江钢琴集团股份有限公司

法定代表人：李建宁

2026年3月27日