

公司代码：603008

公司简称：喜临门

喜临门家具股份有限公司
2024 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 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

经天健会计师事务所(特殊普通合伙)审计，公司2024年度实现归属于上市公司股东净利润为人民币322,361,431.22元。截至2024年12月31日，公司母公司报表中期末未分配利润为人民币2,562,109,867.30元。公司2024年度拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本扣除公司回购专用账户的股份余额为基数，向全体股东每10股派发现金红利人民币5.20元（含税）。截至本公告披露日，公司总股本378,991,880股扣除公司回购专用账户7,750,400股后的股本数为371,441,480股，以此为基数计算预计拟派发现金红利193,149,569.60元（含税），占本年度归属于上市公司股东净利润的比例为59.92%，剩余的未分配利润结转以后年度分配。本次分配不送红股，不进行转增股本。

公司通过回购专用账户所持有的本公司股份将不参与本次利润分配。如在实施权益分派的股权登记日前，公司参与权益分派的总股本发生变动，公司拟维持每股分配比例不变，相应调整分配总额。本预案经公司第六届董事会第六次会议审议通过后提交2024年年度股东大会审议。

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	喜临门	603008	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	沈洁	张彩霞
联系地址	董事会办公室	董事会办公室
电话	0575-85159531	0575-85159531
传真	0575-85151221	0575-85151221
电子信箱	xilinmen@sleemon.cn	xilinmen@sleemon.cn

2、 报告期公司主要业务简介

（一）公司所处行业

根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引》，公司所处行业归属制造业中的家具制造业，分类编码为 C21。根据国家统计局《中华人民共和国国民经济行业分类》（GB/T 4754-2017），公司归属于“制造业”之“家具制造业”之“其他家具制造”，行业代码“C2190”，具体细分行业为软体家具行业，产品主要包括床垫、软床和沙发等产品。

（二）行业概况

家具行业作为与民生息息相关的支柱型产业，既是美好生活的重要载体，也是消费升级的关键领域。近年来受全球经济波动叠加国内房地产周期调整影响，国内家具消费市场呈现阶段性承压态势，行业竞争格局持续加剧。但家具行业凭借覆盖领域广、产业链条长、市场规模大三大特征，仍具备显著的长期发展潜力。

为激活市场动能，国家层面持续释放政策红利：2023 年 7 月商务部等 13 部门联合出台《关于促进家居消费若干措施的通知》，从金融信贷支持、智能产品研发、以旧换新体系、下沉市场布局等维度构建政策矩阵；2024 年 3 月国务院《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》进一步将家装厨卫焕新纳入国家战略，通过存量房改造撬动智能家居消费升级。随着以旧换新政策深入实施与智能家居场景加速渗透，行业正逐步进入复苏通道，展现出从政策驱动向市场内生增长切换的良性发展态势。

（1）软体家具行业概况

软体家具在我国家具行业中占据重要地位，规模占比在行业中排名第二。我国软体家具产业起步于二十世纪 80 年代初，较低的劳动成本和充足的原材料资源优势吸引欧美等成熟市场的产能逐步向中国转移。随着我国软体家具加工制造技术的进步，软体家具行业的生产能力也在不断提升，经过多年的高速发展，在 2019 年，我国已成为全球软体家具行业最大的生产国，软体家具产值占比达到 46%。当前行业呈现“内生需求+结构性升级”双驱动格局：一方面，超 14 亿人口基数叠加城镇化率突破 66%、人均可支配收入持续增长，推动国内消费规模增速领跑全球；另一方面，智能家居渗透率提升与适老化产品创新正打开第二增长曲线。这种由规模化制造优势向消费

升级红利的转换，将持续巩固中国在全球家具市场的核心地位。

（2）床垫行业概况

床垫作为提升睡眠质量的核心家居产品，通过材质、结构等工艺技术创新持续优化人体支撑与舒适度体验。我国床垫行业虽起步晚于欧美，但实现超高速发展：2011-2019 年消费额年复合增长率达 12.2%（ISPA 数据），现已成为全球最大床垫消费市场。当前行业呈现四大结构性机遇：

渗透率提升空间显著：国内床垫渗透率（60%）较美国（85%）存在明显差距。伴随城镇化推进与消费观念革新，床垫从“耐用品”向“健康消费品”转型，叠加床架+床垫配套模式普及，行业渗透率加速提升。

消费周期迭代提速：床垫以更换便捷性成为家居品类复购率之首（床垫>沙发>衣柜>橱柜）。当前国内消费者 3-5 年更换比例仅 19%，远低于美国。随着除螨抗敏等技术普及与“睡眠投资”理念深化，消费频次有望向发达国家靠拢。

产品价值持续攀升：行业呈现明显价格带升级趋势，千元以下产品销量占比收缩，3,000 元以上中高端产品量额齐增。智能床垫等高附加值品类的涌现顺应消费升级趋势，客单价将稳步提升。

睡眠经济驱动扩容：中国睡眠经济规模从 2016 年 2,616 亿元增至 2020 年 3,778 亿元，年增速 9.6%，2030 年预计破万亿。床垫作为改善睡眠的核心载体，随着消费者对于健康睡眠理念的深化以及床垫行业技术的不断创新，消费者选购标准从价格导向升级为环保、舒适、品质等综合维度，健康睡眠指标跃居决策核心。床垫市场将继续保持稳健的增长态势，为更多消费者带来高品质的睡眠体验。

未来，床垫行业将聚焦智能化、健康化创新，通过技术研发与场景化服务构建品牌竞争壁垒，应对集中度提升与跨界竞争并行的市场格局。

（3）公司所处行业地位

公司始创于 1984 年，是中国床垫行业唯一拥有四十年产业积淀的 A 股上市企业，产能规模和营销网络布局均稳居行业翘楚，是国内床垫行业领导者。目前，公司在国内有八大生产基地，形成东南西北中全方面的产能布局，同时在泰国设有海外生产基地；公司拥有线下和线上全覆盖的市场销售网络和渠道，线下专卖店总数达 5,000 多家，线上平台连续多年销量领先；此外，公司也通过 OEM 和 ODM 形式销售给全球知名家具零售商，有广泛的客户资源。公司持续强化品牌在睡眠领域的专业形象和国民品牌形象，持续打造精细化客户体验，在消费者心目中树立了良好的用户口碑和品牌知名度，已成为我国床垫行业的著名品牌。

作为中国床垫行业智能化转型的领军者，公司持续在产品研发和设计创新方面加大投入，近十年，研发投入累计超 12 亿元，成功孵化的 aise 宝禄智能床垫系列彰显技术硬实力。通过深度布局智慧睡眠赛道，公司从“传统制造”跨越到“科技赋能”，持续巩固行业龙头地位。

（三）主要业务

喜临门专注于设计、研发、生产和销售以床垫为核心的高品质深睡产品，主要产品包括床垫、床、沙发及其他配套客卧家具。公司秉承“以客户为中心、以奋斗者为本、以结果为导向”的经营管理准则，坚守“成为全球床垫行业领导者”的愿景和“致力于人类的健康睡眠”的企业使命，为千万家庭带去健康睡眠。

公司产品以“健康睡眠”为核心，以“护脊、抗菌、防螨、除甲醛”等功能为健康护航，倾力为消费者打造绿色、智能、舒适、健康的睡眠和居家体验。公司现已打造多品牌产品矩阵，多风格多层次的品牌体系以满足不同消费者个性化需求：主品牌“喜临门”旗下系列主要包括“净眠”、“法诗曼”、“睡得香”（原“喜眠”）、“可尚生活”；意大利高端沙发品牌“M&D”旗下主要包含“M&D Milano&Design”、“M&D Casaitalia”、“M&D Notte”、“Chateau d’Ax”；以及全新智慧睡眠生态品牌“aise 宝禄”。

“喜临门”品牌



JOANMON 净眠

“净眠”系列

净眠系列定位于未来生活家，以“专业舒适、现代经典”作为品牌价值主张。该品牌以床垫为核心，兼具软床、沙发，倾力打造客餐厅空间化，为消费者打造一站式消费生活体验和舒适睡眠体系。该系列床垫以“深睡系列”为核心，满足不同人群对于睡眠偏好需求，秉承创新设计理念，根据国人不同的身体特征和睡眠偏好，提供更适合国人健康的床垫及卧室睡眠空间。



“法诗曼”系列

法诗曼系列以“运动休闲，活力潮流，轻松居家”作为品牌价值主张，是公司旗下专注年轻时尚寝具研究的产品系列，通过涵盖床垫、软床及集成配套等系列产品，为刚需及改善型年轻客群提供高品质、高舒适、高颜值、趋势化功能的一站式卧室家居产品和服务。





SLEEMON睡得香

“睡得香”系列

睡得香系列以“舒适亲和，专业护脊”为品牌价值主张，深挖国人睡眠习惯，产品注入更多对家和生活的热爱。产品涵盖卧室空间，并延展至全屋空间，打造功能化、一体化的卧室空间舒适布局，贴合低线城市的市场需求。产品设计充满生活艺术，能让人放松一切感官，充满舒适、健康和亲和。

（原“喜眠”）



“可尚生活”系列

可尚生活系列以“做年轻人喜欢的潮流沙发”作为品牌价值主张，是喜临门双厅产品第一品牌，主打潮流时尚、现代舒适、现代意式三大主流风格产品，该系列定位于年轻群体，兼顾市场流行元素，紧扣“时尚舒适”主题，着力为年轻人打造高颜值、高品质、兼具品价比的一体化家居空间。



“M&D” 品牌



“M&D Milano&Design”系列

该系列产品包括全头层皮沙发、皮床及意大利原装进口客餐厅家具。产品拥有上乘的品质、高雅经典的原创款式、醇正的意大利设计风格及先进的制造工艺，为客户提供高品质意式家居生活。



“M&D CASA”系列

该系列产品拥有高性价比，人体接触面使用真皮，非接触面使用新型再生材料及仿真皮，旨在兼顾品牌价值及经济价值，用意大利丰富的设计制造经验，为客户提供完美的舒适体验，满足更广泛客户需求。





M&DNotte®

“M&D Notte” 系列

该系列产品严选意大利原装进口床垫，搭配设计多元化、面料丰富化的床架，秉持“意式睡眠设计空间”理念，打造充满舒适且极具意式风情的卧室空间，为客户带来“时尚与品质”入眠。

Chateau d’Ax®
MILANO

“Chateau d’ Ax” 系列

该系列产品是创立于1948年意大利米兰的原创高端进口客厅家具，产品涵盖客厅、餐厅及卧室空间的沙发家具，多款真皮、超微布艺面料收录，配以丰富的款式和色彩选择。让所有人都有机会通过定制该产品系列，阐释白天和夜间的不同心境，营造舒适的家庭氛围。



“宝禄” 品牌



aise 宝禄

“宝禄” 系列

aise宝禄作为喜临门旗下的智慧睡眠生态品牌，以“科技赋能，畅享深睡”作为品牌价值主张。其产品线丰富多元，涵盖智能床垫、智能床架及配套睡眠设备等，产品深度融合喜临门四十载在睡眠领域的科研精髓，通过前沿科技与创新设计，为追求高品质睡眠的用户，尤其是对科技产品青睐有加的年轻精英及高净值人群，提供一站式智慧睡眠解决方案。

（四）经营模式

（1）销售模式

公司主要销售渠道有自主品牌零售渠道、自主品牌工程渠道和 OEM 业务渠道。

在自主品牌零售板块，采取线下与线上相结合的模式。线下，随着公司品牌影响力稳步攀升，加盟商体系日益完善，终端逐步形成高质高量的专卖店网络，截至本报告期末，自主品牌专卖店分布已超 5,000 家，为消费者提供直观的产品体验。线上，公司在天猫、京东等平台稳中求进，同时聚焦抖音、小红书等新平台发力内容营销，开辟新成长空间，运营模式不断推陈出新，精准

触达海量线上用户；跨境电商领域借助 Amazon、wayfair、Walmart 等平台，拓展自主品牌国际市场版图。此外，公司切入商超、家电、家装、社区等新兴渠道，简化购物流程，挖掘潜在消费力量，全力构建以线下专卖店和线上平台为双核心，多新渠道协同补充的“1+N”全渠道立体式销售网络，全方位覆盖消费者的购买场景。

自主品牌工程渠道聚焦于与高端住宿业态的紧密合作，核心客户包括高星级酒店管理公司、连锁酒店集团、酒店式公寓等，同时积极开拓游轮、军队、学校等新兴业务领域。公司凭借专业的产品与服务，为合作方供应床垫、床及其他配套产品及木质家具制作安装工程。此外，不断寻求新的合作模式，在增加新建酒店床垫市场份额的基础上，赋能现有酒店升级改造，创造新的市场需求，与酒店共营，打造更多样的主题房型，升级用户住店睡眠体验，O2O 体验快速变现，取得更多收益。

OEM 业务渠道专注于国际国内代加工服务，深度链接全球家居产业链，与宜家、EMMA、NITORI、欧派家居、索菲亚、尚品宅配等国内外一线家具销售巨头紧密协作，为其量身定制床垫、床、沙发等优质产品，以精湛工艺与高效产能，实现双方资源互补、深度融合，实现合作共赢。

（2）生产模式

公司以自主生产为主、集成采购为辅；以订单生产为主、备货生产为辅的生产模式。

订单生产是指根据客户的需求和交期来进行生产安排；备货生产是指在重大节日、公司品促活动等产品需求特别集中的日期前，根据市场需求预测，有组织、有计划地进行提前备货生产。

床垫、床、沙发等核心产品为自主生产为主，自主生产模式下，生产订单通过各个销售渠道汇集导入 ERP 系统，进入系统之后先通过 MRP 运算，运算出物料需求计划，供应商按照物料需求计划进行材料送货到公司；ERP 系统按照生产订单交期进行生产任务排产、原材料发料、生产车间执行生产，生产完毕报工后系统自动形成完工报工，并关闭生产订单以及产品入库，产品入库之后，系统按照客户订单交期需求进行产品发货至目的地。

此外，公司部分家具配套产品采用集成采购模式。公司严格进行供应商资格审核及绩效考核，对产品标准、品质标准进行严格管控，并实现高效交付。

（3）采购模式

公司涉及自主生产的原材料采购以集中采购为主，为确保原材料符合质量要求和供应及时的，同时获得有竞争力的采购价格，公司对主要原材料及配套产品采取战略合作模式下的集中采购，根据成本模型进行成本核算，在核算基础上集中邀标招标确定采购订单配额；同时对上下游原材料价格走势进行实时监控，对于趋势上升的原材料，提前锁定价格控制成本、对于趋势下降的原材料

材料，及时控制备库数量及议价进行成本控制。对于供应链关联职能如品质、采购、研发、生产制造等相关部门确定品质标准，明确技术要求，严控生产过程，确保产品品质稳定。公司采用了 ERP 信息管理系统来实现数据化管理，同步协调销售订单、材料需求、库存水位、供方产能等供应链协同动作，实现订单式采购以及低库存的精益制造模式。

同时，公司把集成采购作为公司战略协同板块，快速构建强大的供应链平台，致力于打造公司强大的外部配套产品供应链平台，定向向集成家居供应商输出设计和品质技术标准并采购集成产品，节约整体供应链成本，协同核心产品满足消费者一站式购物需求。

（4）技术研发模式

公司拥有高层次研发团队及研发人才储备梯队、成熟的产品研发管理体系及完善的研发激励机制，为产品自主研发创造了良好的环境。技术研发部门紧密围绕用户洞察，基于 IPD 开发思路，梳理从市场机会洞察到产品开发、技术精进及不断给用户提供空间解决方案的全流程，整合内外部资源，运用睡眠科学、人体工程学等基础理论，与智能物联、绿色材料等技术相结合，通过产品经理、设计工作室、开发工艺师、预研工程师、国内外知名设计师、美学顾问、脊椎健康医学顾问、睡眠专家与顾问、供应链协同开发等在终端产品上实现科学和艺术的融合，推动自有核心技术项目及知识产权落地，做深技术储备，打造标志性技术产品，实现从市场机会到产品变现的全过程。

同时，公司深入推进产学研深度融合，积极与国家科研机构、各大高校等开展合作，构建系统化的创新合作平台，加速技术的研发和应用，推动产业的技术进步，实现优势互补与共赢。

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			
	2024年	2023年	本年比上年 增减(%)	2022年
总资产	8,904,781,941.06	8,905,200,286.09	0	9,042,349,111.23
归属于上市公司股东的净资产	3,767,736,426.88	3,699,181,749.39	1.85	3,496,426,693.04
营业收入	8,729,135,863.33	8,678,353,520.64	0.59	7,838,725,425.43
归属于上市公司股东的净利润	322,361,431.22	428,873,752.95	-24.84	237,546,842.98
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	292,526,327.47	376,644,495.23	-22.33	204,495,922.91
经营活动产生的现金流量净额	786,604,810.57	1,253,108,526.95	-37.23	841,286,922.92

加权平均净资产收益率（%）	8.63	11.71	减少3.08个百分点	7.13
基本每股收益（元 / 股）	0.85	1.11	-23.42	0.62
稀释每股收益（元 / 股）	0.85	1.11	-23.42	0.62

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	1,761,132,019.31	2,196,469,175.94	2,018,641,710.01	2,752,892,958.07
归属于上市公司股东的净利润	74,079,494.92	159,597,700.87	141,455,558.29	-52,771,322.86
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	74,303,818.09	148,595,437.13	142,752,100.55	-73,125,028.30
经营活动产生的现金流量净额	-327,952,119.82	154,161,690.85	214,274,021.73	746,121,217.81

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

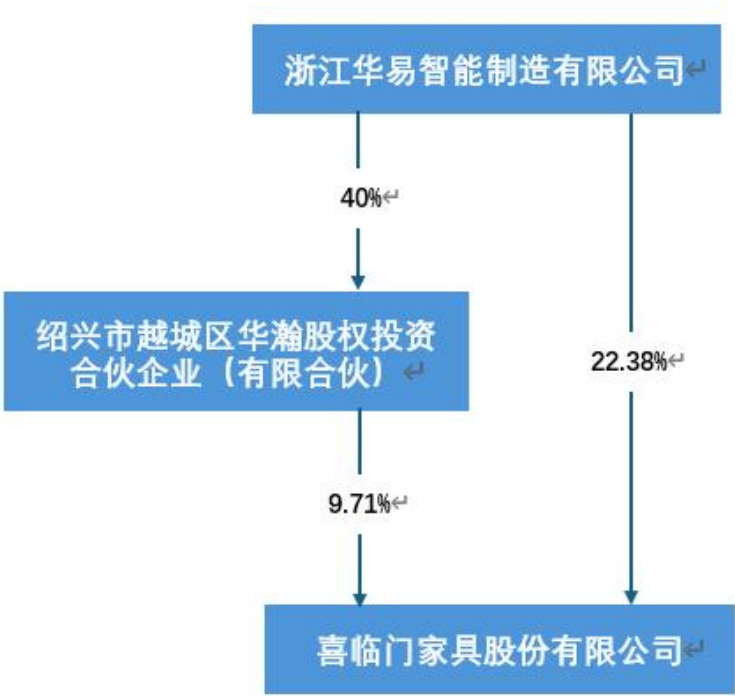
截至报告期末普通股股东总数（户）					15,834		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					15,969		
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）					0		
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）					0		
前十名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）							
股东名称 （全称）	报告期内增 减	期末持股数 量	比例 （%）	持有有限 售条件的 股份数量	质押、标记或冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
浙江华易智能制造有限公司	0	84,799,659	22.38	0	质押	52,926,000	境内非国有法人
绍兴市越城区华瀚股权投资合伙企业（有限合伙）	0	36,807,950	9.71	0	质押	24,850,000	其他
全国社保基金四一三组	0	10,897,147	2.88	0	无	0	其他

合							
陈阿裕	0	8,107,025	2.14	0	无	0	境内自然人
中国工商银行－广发策略优选混合型证券投资基金	7,303,300	7,303,300	1.93	0	无	0	其他
香港中央结算有限公司	-1,128,771	5,091,605	1.34	0	无	0	境外法人
沈冬良	0	4,524,923	1.19	0	无	0	境内自然人
深圳市景泰利丰投资发展有限公司－景泰星牛7号（定制）私募证券投资基金	4,416,100	4,416,100	1.17	0	无	0	其他
王一升	30,000	4,268,800	1.13	0	无	0	境内自然人
国信证券股份有限公司	3,789,667	4,213,600	1.11	0	无	0	国有法人
上述股东关联关系或一致行动的说明	浙江华易智能制造有限公司、绍兴市越城区华瀚股权投资合伙企业（有限合伙）、陈阿裕为一致行动人。除上述关联关系外，公司未知上述其他股东是否存在关联关系或一致行动关系。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

注：截至报告期末，喜临门家具股份有限公司回购专用证券账户持有公司股份 4,472,000 股，占公司总股本的比例为 1.18%。

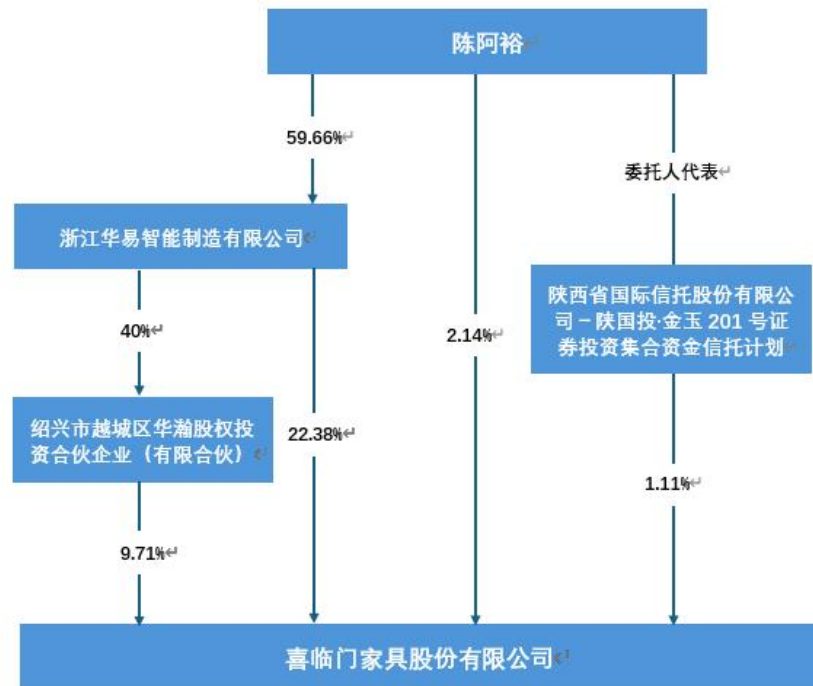
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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 872,913.59 万元，同比增长 0.59%；归属于上市公司股东的净利润为 32,236.14 万元，同比下降 24.84%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 29,252.63 万元，同比下降 22.33%。

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