

公司代码：603180

公司简称：金牌厨柜

金牌厨柜家居科技股份有限公司
2022 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 华兴会计师事务所（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

公司2022年度利润分配预案为：拟以实施权益分派股权登记日的总股本为基数，向全体股东每股派发现金红利0.72元（含税），本年度不进行资本公积金转增股本。

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	上交所	金牌厨柜	603180	不适用

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	陈建波	李朝声
办公地址	厦门市同安工业集中区同安园集和路190号	厦门市同安工业集中区同安园集和路190号
电话	0592-5556861	0592-5556861
电子信箱	goldenhome@canc.com.cn	goldenhome@canc.com.cn

2 报告期公司主要业务简介

根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司所属行业为家具制造业（C21）中的集成创新行业—定制家具行业。与成品家具相比，定制家具融合个性化设计服务、大规模定制、标准化安装、兼具现代服务业等鲜明特点，致力为消费者提供个性化家具解决方案。

（一） 定制家具市场规模

根据国家统计局最新发布的数据显示，2022 年全国规模以上家具制造企业营业收入为 7624.1 亿元。定制家具具有较强的装修属性，需求主要来自首次置业、旧房翻新和住宅精装修等方面，与房地产行业景气度关系较为密切。随着我国房地产进行行业入地产后周期，我国家具需求增速逐步放缓，行业也从快速增长阶段过度到高质量发展阶段。随着棚户区改造工程、精装房快速发展、城镇化水平不断提升，以及存量房更新改造需求增加等影响，定制家具行业发展前景依旧良好。

（二） 行业发展趋势

1、智能制造

随着信息技术与制造技术的深度融合，智能制造成为家居企业发展的必然趋势。企业借助物联网、云计算和大数据等不断涌现的新技术，对制造系统进行柔性化、个性化改造，突破制约大规模定制化生产的关键技术，实现对市场需求进行快速响应和调整，满足消费者对定制家具的需求。企业通过对生产基地进行智能化生产制造升级改造，实现信息化、自动化和智能化的大规模定制生产，已成为定制家具行业制造端的发展趋势。

2、智能家居

随着 5G 通信技术、人工智能的快速应用与普及，万物互联互通已成为经济社会的发展趋势。为推动智能家居行业发展，国家十四五规划提出，应用感应控制、语音控制、远程控制等技术手段，发展智能家电、智能照明、智能安防监控、智能音箱、新型穿戴设备、服务机器人等。

据统计 2022 年上市的泛家居企业中有约四分之一是智能家居相关企业。资本市场正在争相涌入，投资比重逐年倍增，智能家居行业已然是一个十分庞大的市场。智能家居行业也从单一场景向全屋场景，单品智能向生态系统智能转变，让家居备较强的系统性联动、智能化体验以及跨品牌的良好交互，形成真正的一体感。全新的智能生活场景和更加美好的生活体验，是大家所共同向往的，全屋智能必将是未来智能家居行业发展的主要方向。

3、全屋定制

全屋定制的发展是由消费者的需求逻辑所驱动的，房价上涨和居住空间小，使消费者期望更高效利用空间，而生活品位的提高，使消费者对整体效果、风格匹配提出更高要求。通过为客户提供一站式采购、空间整体解决方案、整体设计的全屋定制，正逐步成为家具行业主流。国内主要定制家居产品主要以厨柜、衣柜为主，随着行业发展，定制家具空间范围逐步由厨房、卧室拓展至书房、客厅等全屋领域，品类由厨柜、衣柜拓展向木门、卫浴等多品类发展。多品类全屋定制，满足消费者一站式采购需求，已成为定制家居行业的发展趋势。

4、全渠道营销

定制家居企业主要销售渠道以线下直营或经销门店为主，线上渠道引流获客，通过线上线下结合营销成为定制家居重要的营销模式。随着我国精装房市场快速发展，多地出台政策要求房地产商实现精装交付，大宗渠道成为定制家居企业大力拓展的重要渠道，龙头企业均将大宗业务纳入全渠道扩张的战略。此外，随着三、四线城市人民生活水平及物质需求的稳步提升，三、四线城市带来的消费升级为定制家居企业提供了新的业务增长空间，定制家居企业纷纷布局三、四线城市，建设下沉渠道。

（三）竞争格局

目前，定制家居行业整体市场集中度较低，低端产品市场竞争激烈，同质化现象严重。但随着头部企业品类拓展、大宗渠道和整装业务的布局，龙头竞争力渐显，行业领先企业依托于其在规模化生产制造、原创设计实力、品牌建设、产品品类、销售渠道、数字化运营服务能力、融资渠道等方面较为明显的领先优势，为消费者提供更高质量且更具性价比的产品，同时抓住渠道变革的机遇，通过多渠道布局以及流量前置来更早占领更多客户的心智，进而挤占中小公司市场份额，部分规模小、技术落后的企业逐渐被淘汰出局，未来定制家居行业将逐步整合，终端客户资源将逐步向龙头企业集中，推动行业市场集中度持续提升。

1、主营业务介绍

公司创立于 1999 年，是国内高端整体厨柜及定制家居的专业服务商，专业从事整体厨柜及定制家居的研发、设计、生产、销售、安装及售后等整体服务。公司是全国工商联家具厨柜专委会会长单位、中国五金制品协会整体厨房分会会长单位，拥有国家认定“厨房工业设计中心”，先后荣获国家级“智能制造示范企业”、工信部“智能制造综合标准化与新模式应用企业”、“中国驰名商标”等荣誉称号，连续 11 年蝉联“中国房地产 500 强首选厨柜品牌”。

品牌	简介	产品效果图	
金牌厨柜	金牌厨柜更专业的高端厨柜，国家认证厨房工业设计中心，推出量体裁柜、抗菌健康厨房等专有黑科技。	 云系 560 · 云界	 云系 560 · 云界

金牌衣柜	秉承着“定制家的美好”愿景，金牌衣柜以其高品质、高颜值受到广大消费者群体的喜爱。	 <p>云系 560 · 云界 衣柜</p>	 <p>云系 560 · 云界 酒柜</p>
金牌木门	品牌定位轻整装战略，以木门为核心产品，增加背景墙、铝合金系统门窗、强化地板、灯光系统等，为用户提供全屋 7 大空间系统解决方案，为家的美好空间赋能。	 <p>云系 560 · 云界</p>	 <p>峰系 320 · 峰悦</p>
智小金	智小金致力于定制家居与智能家居的融合研发，实现定制产品智能化，定制展厅智能化，定制家居智能化，打造舒适、高端、有品质的居家场景生态，提供一体化智能设计、一站式交付等全方位服务。	 <p>Meta Box</p>	 <p>i-Kitchen 3.0</p>
玛尼欧	玛尼欧为消费者提供高品质、高性价比的集成烹饪、集成洗涤、健康用水、健康食储等智能健康家电产品。让烹饪更简单，更健康，让消费者体验回家的美好。	 <p>T903S 烟机</p>	 <p>玛尼欧集成灶</p>
阳台卫浴	聚焦阳台、卫浴空间打造，秉承着以人为本的设计理念，从定制阳台柜、浴室柜到智能马桶花洒等多品类产品布局，探寻美学与科技的平衡点，用心研发好产品，始终守护消费者对家的美好畅想。	 <p>云系 560 · 云界 阳台柜</p>	 <p>云系 560 · 云界 浴室柜</p>

金牌 G9 高定	金牌 G9 高定为金牌旗下高端定制系列，以满足顾客的生活品质需求为定制核心，坚持以使用者为中心，以功能为导向量身定制，为客户提供完全放心的家居定制产品。	 <p style="text-align: center;">天境</p>	 <p style="text-align: center;">天境</p>
----------------	--	--	---

（二）经营模式

1、采购模式

公司与主要供应商建立了紧密的战略合作关系，通过签订年度框架合同，根据实际需要下订单。随着采购模式逐渐成熟，公司通过缩短采购周期、针对板材等关键性原料根据价格波动设置适当库存等措施，合理安排生产，逐步降低库存、提高资金使用效率。

2、生产模式

公司生产模式为以销定产，通过公司的智能制造系统与大规模敏捷制造技术成果相结合，将订单以标准件及非标准件等方式进行模块化拆分，单一车间生产固定模块、多个车间配合生产，提高单一生产线的标准化水平，实现大规模定制。通过提升大规模定制能力，实现内部的专业化分工，形成高度柔性的生产体系，大幅提高了生产效率。

3、销售模式

公司销售模式主要有经销商专卖店销售模式、大宗业务销售模式、家装渠道模式、直营专卖店销售模式、以及电子商务销售模式等。在前述模式基础上，公司通过不断拓宽营销网络和推动营销创新，提升订单数量和订单单价。

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

	2022年	2021年	本年比上年 增减(%)	2020年
总资产	4,863,693,735.34	4,516,284,778.60	7.69	3,485,802,782.09
归属于上市公司股东的净资产	2,593,876,064.61	2,410,682,525.68	7.60	1,825,803,909.99
营业收入	3,553,346,698.10	3,447,773,122.28	3.06	2,639,838,958.16
归属于上市公司股东的净利	277,031,462.31	337,979,626.86	-18.03	292,652,401.61

润				
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	191,332,553.49	262,940,707.33	-27.23	237,338,174.11
经营活动产生的现金流量净额	247,050,616.51	403,376,091.30	-38.75	673,089,121.37
加权平均净资产收益率(%)	11.24	16.69	减少5.45个百分点	21.28
基本每股收益(元/股)	1.80	2.31	-22.08	2.23
稀释每股收益(元/股)	1.80	2.29	-21.40	2.2

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	568,700,594.36	862,195,934.98	1,057,906,433.95	1,064,543,734.81
归属于上市公司股东的净利润	30,279,081.79	62,297,977.69	71,959,092.85	112,495,309.98
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	13,411,516.47	27,643,973.95	55,000,766.07	95,276,297.00
经营活动产生的现金流量净额	-503,852,344.39	429,519,243.50	153,828,714.35	167,555,003.05

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

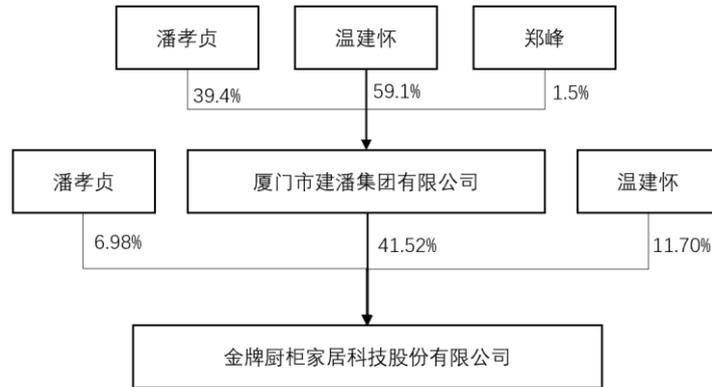
截至报告期末普通股股东总数(户)	10,309
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	8,117
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	不适用

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）						不适用	
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	
厦门市建潘集团有限 公司	0	64,044,322	41.52	0	质押	25,409,282	境内 非国 有法 人
温建怀	0	18,049,784	11.70	0	质押	8,390,000	境内 自然 人
潘孝贞	0	10,761,403	6.98	0	质押	3,799,957	境内 自然 人
温建北	0	4,759,055	3.09	0	无	0	境内 自然 人
潘美玲	0	3,805,214	2.47	0	质押	2,200,000	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	3,688,802	3,688,802	2.39	0	无	0	其他
中信证券股份有限公 司—广发安宏回报灵 活配置混合型证券投 资基金	2,796,452	2,796,452	1.81	0	无	0	其他
上海银行股份有限公 司—广发瑞轩三个月 定期开放混合型发起 式证券投资基金	2,566,766	2,566,766	1.66	0	无	0	其他
全国社保基金四一三 组合	2,041,100	2,041,100	1.32	0	无	0	其他
潘宜琴	0	1,983,124	1.29	0	无	0	境内 自然 人
上述股东关联关系或一致行动的说明							
表决权恢复的优先股股东及持股数		不适用					

量的说明

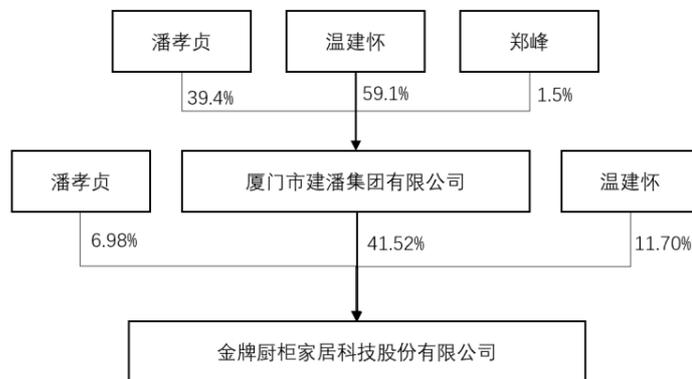
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

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。

见下表

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