证券代码：603801　证券简称：志邦家居　公告编号：2025-043
债券代码：113693　债券简称：志邦转债

志邦家居股份有限公司 关于回购注销部分限制性股票通知债权人的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

一、通知债权人的原因

志邦家居股份有限公司（以下简称“公司”）五届董事会第七次会议于2025年4月28日在公司召开。审议通过了《关于回购注销部分限制性股票的议案》，详见公司于上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）披露的相关公告。根据回购议案，公司将以回购价格9.29元/股加银行同期存款利息之和回购已授予尚未解除限售的限制性股票共计2,155,871股。

回购完毕后，公司将向中国证券登记结算有限责任公司上海分公司申请该部分股票的注销，注销完成后，公司总股本将由436,505,713股减少至434,349,842股，公司注册资本也相应由436,505,713元减少为434,349,842元。

二、需债权人知晓的相关信息

公司本次回购注销部分股权激励限制性股票将导致注册资本减少，根据《中华人民共和国公司法》（以下简称“公司法”）等相关法律、法规的规定，公司特此通知债权人，债权人自本公告披露之日起四十五日内，有权凭有效债权文件及相关凭证要求公司清偿债务或者提供相应的担保。债权人未在规定期限内行使上述权利的，本次回购注销将按法定程序继续实施。公司债权人如要求公司清偿债务或提供相应担保的，应根据《公司法》等法律、法规的有关规定向公司提出书面要求，并随附有关证明文件。

债权申报所需材料：公司债权人可持证明债权债务关系存在的合同、协议及其他凭证的原件及复印件到公司申报债权。债权人为法人的，需同时携带法人营业执照副本原件及复印件、法定代表人身份证明文件；委托他人申报的，除上述文件外，还需携带法定代表人授权委托书和代理人有效身份证的原件及复印件。债权人为自然人的，需同时携带有效身份证的原件及复印件；委托他人申报的，除上述文件外，还需携带授权委托书和代理人有效身份证件的原件及复印件。

债权申报具体方式如下：

1、申报时间：2025年4月29日起45天内（9:00-11:30;13:30-17:00，双休日及法定节假日除外）。以邮寄方式申报的，申报日以寄出日为准。请注明“申报债权”字样。

2、联系方式：

联系人：臧晶晶

地址：安徽省合肥市庐阳区连水路19号志邦家居

电话：0551－67186564

传真：0551－65203999

邮箱：zbom@zbom.com

特此公告。

志邦家居股份有限公司

2025年4月28日

证券代码：603801　证券简称：志邦家居　公告编号：2025-044
债券代码：113693　债券简称：志邦转债

志邦家居股份有限公司 关于2024年年度主要经营情况的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

志邦家居股份有限公司（以下简称“公司”）根据上海证券交易所《上市公司行业信息披露指引第二十七号——家具制造》的要求，现将公司2024年年度主要经营情况披露如下：

一、报告期经营情况

分产品	营业收入(元)	营业成本(元)	毛利率	营业收入比上年增减	营业成本比上年增减	毛利率比上年同期增减
整体厨柜	2,394,327,313.54	1,430,877,353.45	40.24%	-15.62%	-14.63%	下降0.7个百分点
定制衣柜	2,120,843,701.84	1,294,295,474.54	38.97%	-15.35%	-16.72%	增长1.01个百分点
木门	372,838,516.61	306,938,279.18	17.68%	-9.05%	-5.25%	下降3.31个百分点
其他	369,836,241.28	318,840,099.64	13.79%	1.76%	8.05%	下降5.02个百分点
合计	5,257,845,773.27	3,350,951,206.81	36.27%	-14.04%	-12.95%	下降0.8个百分点

（一）主营业务分产品情况

（二）主营业务分渠道情况

分渠道	营业收入(元)	营业成本(元)	毛利率	营业收入比上年增减	营业成本比上年增减	毛利率比上年同期增减
直营店	466,336,641.45	152,646,569.35	67.27%	-0.80%	1.42%	下降0.72个百分点
经销店	2,532,551,229.97	1,660,182,388.45	34.45%	-18.94%	-18.20%	下降0.6个百分点
大宗业务	1,683,811,621.19	1,071,400,282.47	36.37%	-16.18%	-14.41%	下降1.31个百分点
海外业务	205,310,039.38	147,881,866.90	27.97%	37.25%	20.85%	增长9.77个百分点
其他	369,836,241.28	318,840,099.64	13.79%	1.76%	8.05%	下降5.02个百分点
合计	5,257,845,773.27	3,350,951,206.81	36.27%	-14.04%	-12.95%	下降0.8个百分点

二、报告期门店变动情况

报告期(家)	整体厨柜(经销门店)	定制衣柜(经销门店)	木门(经销门店)	直营门店	合计
2024年12月31日	1,439	1,635	986	34	4,094
2023年末	1,715	1,850	983	35	4,583
变动情况	-276	-215	3	-1	-489

以上经营数据信息来源于公司报告期内财务数据。敬请广大投资者理性投资，注意投资风险。

特此公告。

志邦家居股份有限公司董事会

2025年4月28日

证券代码：603801　证券简称：志邦家居　公告编号：2025-027
债券代码：113693　债券简称：志邦转债

志邦家居股份有限公司 新增2025年日常关联交易预计的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

重要内容提示：

● 是否需要提交股东大会审议：是

● 日常关联交易对上市公司的影响：本次关联交易属日常性关联交易，是基于生产经营所需，以市场价格为定价依据，交易风险可控，不存在损害公司及股东利益的情况。

一、日常关联交易基本情况

（一）日常关联交易履行的审议程序

1、2025年4月28日，公司召开第五届董事会第七次会议，关联董事孙志勇先生、许帮顺先生对本议案回避表决，公司非关联董事对本议案进行了表决，并以7票赞成，0票反对，0票弃权通过《关于2025年度日常关联交易预计的议案》。该议案尚需提交2024年年度股东大会审议。

2、独立董事专门会议审议情况

经全体与会独立董事审议，公司与关联方发生经营方面关联交易，2025年度日常关联交易预计事项属于公司及子公司正常经营所需，相关额度预计是根据日常经营过程实际情况提前进行的合理预测，具有必要性和合理性。交易事项定价公允，不存在利用关联关系损害公司利益的情形，不影响公司的独立性和持续经营能力，符合法律法规、规范性文件等规定，不存在损害公司及股东特别是中小股东利益的情形。综上，我们一致同意上述事项，并将该议案提交董事会审议，届时关联董事将回避表决。

（二）前次日常关联交易的预计和执行情况

单位：万元　币种：人民币

关联交易类别	关联人	上年(前次)预计金额	上年(前次)实际发生金额	预计金额与实际发生金额差异较大的原因
向关联人销售产品、商品	IJF Australia Pty Ltd	4,500.00	5,678.14	/
租赁类关联交易	安徽谨志企业管理有限公司	0.42	0.42	/
	安徽谨兴企业管理有限公司	0.42	0.42	/
	小计	0.84	0.84	/
合计		4,500.84	5,678.98	/

注：IJF Australia Pty Ltd实际较预算超1,178.14万元，根据公司《关联交易管理制度》，此超预算部分已经总裁审议批准。

（三）本次新增日常关联交易预计金额和类别

单位：万元　币种：人民币

关联交易类别	关联人	本次预计金额	占同类业务比例(%)	本年年初至披露日与关联人累计已发生的交易金额	上年实际发生金额	占同类业务比例(%)	本次预计金额与上年实际发生金额差异较大的原因
向关联人销售产品、商品	IJF Australia Pty Ltd	6,500.00	20.31	794.81	5,678.14	27.66	/
向关联人采购定制软件	广州七筑信息科技有限公司	1,800.00	60	56.17	1,065.98	31.05	新增
租赁类关联交易	安徽谨志企业管理有限公司	0.42	0.4	0	0.42	0.4	/
	安徽谨兴企业管理有限公司	0.42	0.4	0	0.42	0.4	/
	小计	0.84	0.8	0	0.84	0.8	/
合计		8,300.84	/	850.98	6,744.96	/	/

注：广州七筑信息科技有限公司主营业务为家居类设计软件的开发和销售，与公司存在业务合作关系。为增强业务协同效应、保持设计研发优势，2024年6月公司实缴投资1,000万元持有其15.0003%的股权，并于2024年8月28日委派公司副总裁吴俊涛担任广州七筑信息科技有限公司董事，至此根据《上海证券交易所股票上市规则》规定构成关联方。上述金额中自构成关联方之日起至2024年底实际发生额为945.66万元，根据公司《关联交易管理制度》，此部分已经总裁审议批准。

二、关联人介绍和关联关系

（一）关联人的基本情况

1、公司名称：IJF Australia Pty Ltd

公司性质：有限公司

注册资本：50万澳币

注册地址：澳大利亚阿德莱德

公司简介：1964年成立，在澳大利亚厨柜行业具有丰富的项目管理经验，主营范围厨柜、卫浴、衣柜等木质类产品。

财务数据（未经审计）：截止2024年12月31日，IJF Australia Pty Ltd总资产$17，223，309.77澳元，净资产$9,875,277.34澳元，2024年营业收入$28,527,231澳元，净利润$2,791,940.42澳元。（澳洲财年期间为每年7月1日至次年6月30日）。

2、公司名称：安徽谨志企业管理有限公司

成立时间：2012年11月30日

注册资本：610万元

注册地址：安徽省合肥市长丰县下塘镇纬四路2号综合楼3楼

经营范围：企业管理、商务信息咨询（不含投资类咨询）。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

3、公司名称：安徽谨兴企业管理有限公司

成立时间：2012年11月30日

注册资本：610万元

注册地址：安徽省合肥市长丰县下塘镇纬四路2号2幢3楼

经营范围：企业管理、商务信息咨询（不含投资类咨询）。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

4、公司名称：广州七筑信息科技有限公司

成立时间：2022年4月18日

注册资本：1,184.71万元

注册地址：广州市天河区陶庄路5号自编7F007房

经营范围：机械设备销售；广告设计、代理；广告制作；广告发布（非广播电台、电视台、报刊出版单位）；建筑材料销售；家具销售；电子专用设备销售；移动通信设备销售；通讯设备销售；电子产品销售；软件开发；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；信息技术咨询服务；会议及展览服务；计算机软硬件及辅助设备批发；货物进出口；技术进出口。

财务数据（未经审计）：截止2024年12月31日，广州七筑信息科技有限公司总资产236.45万元，净资产36.02万元，2024年营业收入1,704.54万元，净利润106.03万元。

（二）与上市公司的关联关系

1、公司的全资孙公司ZBOM Australia Pty Ltd持有IJF Australia Pty Ltd 47%的股权，公司董事会秘书兼财务总监孙娟担任IJF Australia Pty Ltd董事职务，根据《上海证券交易所股票上市规则》规定，本次交易构成关联交易。

2、安徽谨志企业管理有限公司和安徽谨兴企业管理有限公司系本公司实际控制人控制的公司，根据《上海证券交易所股票上市规则》的有关规定，本公司与上述两公司为关联单位，故此项交易构成关联交易。孙志勇先生和许帮顺先生为公司实际控制人，故此项租赁交易构成关联交易。

3、公司的全资孙公司安徽省昱邦企业管理合伙企业（有限合伙）持有广州七筑信息科技有限公司15.0003%的股权，公司副总裁吴俊涛担任广州七筑信息科技有限公司董事，根据《上海证券交易所股票上市规则》规定，本次交易构成关联交易。

（三）前期同类关联交易的执行情况和履约能力分析

公司与上述关联方前期合同往来执行情况良好。公司与关联方之间为销售产品、商品和租赁等业务，双方交易能正常结算，公司将就上述交易与相关方签署相关合同或协议并严格按照约定执行，双方履约具有法律保障。

三、关联交易主要内容和定价政策

公司因业务开展需要，向上述关联方销售商品、采购软件、租赁等业务。双方交易定价参照市场价格确定，遵循公平、公正、公允的定价原则。

四、关联交易目的和对上市公司的影响

上述关联交易属于公司日常经营所需，遵循了公开、公平、协商一致、互惠互利的原则，不会影响公司业务和经营的独立性，不会对公司财务状况和经营成果产生不利影响。公司也不会因该交易的发生而对关联方形成依赖或被其控制，且该等交易遵循公允定价原则，不存在损害公司和中小股东利益的情形。

五、备查文件

1、志邦家居五届董事会第七次董事会决议；

2、志邦家居五届监事会第七次监事会决议；

3、志邦家居五届董事会独立董事2025年度第一次专门会议决议。

特此公告。

志邦家居股份有限公司董事会

2025年4月28日

证券代码：603801　证券简称：志邦家居　公告编号：2025-030
债券代码：113693　债券简称：志邦转债

志邦家居股份有限公司 关于开展外汇衍生品交易业务的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

重要内容提示：

● 交易品种：包括但不限于远期结售汇、人民币和其他外汇的掉期业务、远期外汇买卖、外汇掉期、外汇期权、利率互换、利率掉期、利率期权等。

● 交易金额：公司及控股子公司拟在金融机构开展累计总额不超过折合2亿元人民币（在交易额度范围内可滚动使用）的外汇衍生品交易业务。

● 履行的审议程序：本事项已经公司第五届董事会第七次会议、第五届监事会第七次会议审议通过，无需提交公司股东大会审议。

● 风险提示：公司及子公司开展外汇衍生品交易业务不以投机和非法套利为目的，进行外汇衍生品交易时将遵循合法、谨慎、安全和有效的原则，以日常生产经营需求为基础，但仍可能存在一定的汇率波动风险、市场风险、操作风险、履约风险、法律风险等风险，敬请广大投资者注意投资风险。

一、开展外汇衍生品业务的基本情况

（一）交易目的

为降低汇率波动风险，维护公司及股东利益，充分运用外汇套期保值工具降低或规避汇率波动出现的汇率风险、控制经营风险。

（二）业务品种

本公告所称外汇衍生品是指远期、互换、期权等产品或上述产品的组合。衍生产品的基础资产包括汇率、利率、货币；既可采取实物交割，也可采取现金差价结算，也可采用无担保、无抵押的信用交易等。公司及子公司拟开展外汇衍生品交易业务包括但不限于远期结售汇、人民币和其他外汇的掉期业务、远期外汇买卖、外汇掉期、外汇期权、利率互换、利率掉期、利率期权等。

（三）业务规模及资金来源

公司及控股子公司拟在金融机构开展累计总额不超过折合2亿元人民币（在交易额度范围内可滚动使用）的外汇衍生品交易业务。开展的外汇套期保值业务只限于从事与公司经营所使用的主要结算货币相同的币种，主要外币币种为美元、澳元、泰铢、港币等。

（四）授权期限

自公司董事会审议通过之日起12个月内有效。

（五）交易对方

具有外汇衍生品交易业务经营资质的银行等金融机构（非关联方机构）。

二、审议程序

2025年4月28日公司五届董事会第七次会议、五届监事会第七次会议审议通过了《关于公司开展外汇衍生品交易业务的议案》。

三、交易风险分析及风控措施

（一）风险分析

1、市场风险：外汇衍生品交易合约汇率、利率与到期日实际汇率、利率的差异将产生交易损益；在外汇衍生品的存续期内，以公允价值进行计量，每一会计期间将产生重估损益，至到期日重估损益的累计值等于交易损益。交易合约公允价值的变动与其对应的风险资产的价值变动形成一定的对冲，但仍有亏损的可能性。

2、流动性风险：不合理的外汇衍生品的购买安排可能引发公司资金的流动性风险。

3、履约风险：不合适的交易对方选择可能引发公司购买外汇衍生品的履约风险。

4、客户违约风险：客户应收账款发生逾期，货款无法在预测的回收期内收回，会造成延期交割导致公司损失。

5、其他风险：在开展交易时，如操作人员未按规定程序进行外汇衍生品交易操作或未能充分理解衍生品信息，将带来操作风险；如交易合同条款不明确，将可能面临的法律风险。

（二）风险控制措施

1、通过专业机构掌握市场波动原因并研判未来走势，选择风险可控、交易简便的品种；明确外汇衍生品交易业务原则是以规避和防范汇率波动风险为目的，禁止任何风险投机行为；当汇率发生宽幅波动且导致外汇衍生品交易业务潜在亏损时，公司将积极寻求展期等风险对冲产品，严格控制市场波动风险。

2、公司选择的外汇衍生品交易业务的合作方都是经国家外汇管理局和中国人民银行批准，具有外汇衍生品交易业务经营资格，经营稳健审慎的大型银行金融机构；选择与公司不存在关联关系的金融机构进行合作，不构成关联交易；并与合作方签订书面合同，明确外汇衍生品交易业务的币种、金额、期间、双方的权利义务及法律责任等。

3、公司制定了《外汇衍生品交易业务管理制度》，对公司从事外汇衍生品交易业务的基本原则、交易审批权限、交易操作流程、风险控制程序及信息保密做出了明确的规定，能够有效规范外汇衍生品交易行为，控制交易风险。

4、公司财务部专人负责，对持有的外汇衍生品合约持续监控，在市场剧烈波动或风险增大情况下及时报告并制定应对方案；强化相关人员的操作技能及素质；公司内部审计部门不定期对外汇衍生品交易业务开展情况进行审计与监督；独立董事、监事会有权对外汇衍生品交易业务开展情况进行监督与检查，必要时可以聘请专业机构进行审计。

四、开展外汇衍生品交易业务的会计处理

公司及子公司开展外汇衍生品交易业务是为规避和防范汇率风险、降低风险敞口，保障公司财务安全性和主营业务盈利能力。本次开展外汇衍生品交易业务符合公司生产经营的实际需要，风险可控，不存在损害全体股东利益的情形。公司根据《企业会计准则第22号－金融工具确认和计量》、《企业会计准则第24号－套期会计》、《企业会计准则第37号—金融工具列报》《企业会计准则第39号—公允价值计量》等相关规定及指南，对公司拟开展的外汇衍生品交易业务进行核算处理。具体以年度审计结果为准。

五、对公司的影响

公司开展外汇衍生品业务以防范汇率的波动风险为目的，有利于降低财务风险、增强公司财务稳健性。本次开展外汇衍生品交易业务以正常外汇资产、负债为依据，业务金额和业务期限与预期收支计划相匹配，不会对公司及下属子公司的流动性造成影响，不存在损害公司及股东利益，特别是中小股东利益的情况。

特此公告。

志邦家居股份有限公司董事会

2025年4月28日

证券代码：603801　证券简称：志邦家居　公告编号：2025-031
债券代码：113693　债券简称：志邦转债

志邦家居股份有限公司 关于公司向金融机构申请综合敞口授信额度的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

2025年4月28日志邦家居股份有限公司（以下简称“公司”）召开第五届董事会第七次会议，审议通过了《关于公司向金融机构申请综合敞口授信额度的议案》，具体情况如下：

为满足公司及控股子公司生产经营活动的需要，综合考虑资金安排后，公司及控股子公司拟向金融机构申请不超过人民币40亿元的综合敞口授信额度，主要包括银行贷款、银行承兑汇票、信用证等融资业务，上述综合敞口授信额度最终以相关金融机构实际审批的授信额度为准，具体融资金额将视公司及控股子公司的实际经营情况需求决定。授信期限内，授信额度可循环使用。

授权董事长或其指定的授权代理人全权代表签署上述综合授信额度内的各项法律文件（包括但不限于授信、借款、融资等有关的申请书、合同、协议等文件）。

上述授权有效期为公司2024年年度股东大会审议通过之日起至召开2025年年度股东大会作出新的决议之日止。

由于上述综合敞口授信额度超过规定的董事会关于借贷的审批权限，还需提交2024年年度股东大会审议。

特此公告。

志邦家居股份有限公司董事会

2025年4月28日

公司代码：603801　　公司简称：志邦家居

志邦家居股份有限公司 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、误导性陈述或者大遗漏，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

公司拟以实施权益分派股权登记日的总股本扣除公司股份回购专户中股份数量后的股份总数为基数，向全体股东每10股派发现金红利6元（含税），2024年度不进行资本公积转增股本。

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	上海证券交易所	志邦家居	603801	志邦股份

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	孙娟	臧晶晶
联系地址	安徽省合肥市庐阳工业区连水路19号	安徽省合肥市庐阳工业区连水路19号
电话	0551-67186564	0551-67186564
传真	0551-65203999	0551-65203999
电子信箱	zbom@zbom.com	zbom@zbom.com

2、报告期公司主要业务简介

（一）行业基本情况

根据国家统计局《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2017）的分类标准，公司属于家具制造业（C21）。

定制家居行业属于家具制造业的细分行业，是企业根据消费者的个性化需求，结合居室空间结构特征，通过信息化和柔性化生产工艺，生产房屋装修所需各类定制化家居产品，进行统筹配置、灵活组合，以达到空间布局合理、全屋色调风格匹配、功能实用协调的目的。定制家居凭借个性化强、空间利用率高、美观时尚、环保节约、质量稳定等特点，是家具制造业转型升级的方向，受到国家及产业主管部门的大力支持。

近年来，定制家居理念的接受程度逐步提高，满足消费者一站式购齐的整体家居模式成为重要的产业形态。在国内消费升级持续推进的态势下，消费者健康意识、环保意识持续增强，对品质、体验、设计、服务乃至更深层次的精神需求有了更多期待。从单品类单空间的产品向多品类多空间的深度融合，标准化、规范化、品质化，定制家居企业开始走向了模式趋同的状态，头部几家品牌厂商具备明显优势，通过商业模式的革新突破，在竞争中占得先机。未来，定制家居行业将逐步整合，终端客户资源将逐步向头部企业集中，在市场化驱动下，同时具备品牌、产品、渠道、服务等综合竞争力的领先企业将抢占更多市场份额。

（二）行业发展空间

随着中国房地产未来增长空间受限，发展逐渐疲软，家装家居行业增长也随之趋于缓和。但长期来看，中国依然存在庞大的存量房更新市场，并且随着居民消费水平的不断提高，年轻代逐渐成为主流消费者，家装家居呈现消费升级以及需求侧发生结构性改变的趋势，这也将为优秀品牌创造破解集中度困局的良好机会。

根据国家统计局数据，2024年我国居民人均可支配收入为4.13万元，较同期增长5.3%；人均消费支出为2.82万元，较同期增长5.3%。随着居民可支配收入和生活水平的提高，消费者更加关注生活品质的提升，消费升级趋势显著。消费者逐渐开始关注家居的整体风格，希望在家居生活中增添更多独立的元素和特色。定制家居企业可以根据消费者的需求，如全屋布局和消费者喜好，为消费者提供量身定制的个性化设计服务，从而满足消费者对于充分利用空间、追求绿色环保、注重生活健康等个性化需求。

此外，城镇化进程的持续推进提升了市场对定制家居产品的刚性需求。中国城镇化率从2013年的53.73%提升至2024年的67%，城镇化进程的持续推进提升了市场对定制家居产品的刚性需求。一方面，城镇人口增多导致基于改善需求的旧房二次装修对定制家居的需求较大；另一方面，城镇居民对室内空间的个性化需求和利用率的要求较高。根据2035年远景目标纲要，到2035年我国城镇化率将提高到75%以上，城镇化水平仍有较大提升空间。可以预见，我国城镇化进程的加快，将为定制家居行业的发展提供广阔的市场空间。

近年来，国家政策层面对定制家具行业给予了多项支持。从防风险、保交楼、促消费、稳民生等角度入手，力求降低房地产市场风险，维持房地产行业健康稳定发展。长远来看，国内二手房市场需求逐步增加，存量房时代的到来将逐渐弱化家居行业与房地产行业的关联，二手房有望逐步替代新房成为定制家具行业市场需求的主要来源。此外，以旧换新政策的落地，将推动旧房改造和家居适老化改造，给予消费补贴，支持绿色智能家居生产与消费。

（三）行业特点

1、周期性与季节性

定制家居属于可选消费品，宏观经济发展周期、地产销售周期、国民收入及消费者消费理念的变化等均会对定制家居行业产生一定的周期性影响。

定制家居产品下游主要为购买商品住房、旧房二次装修的居民以及推出精装修商品住房的房地产企业，因气候条件、施工质量、环保指标要求、装修周期等因素影响，家居订单存在一定的季节性。春节假期后，消费者经过一段时间的对比及选择，每年年中至年末为装修成交量旺季，每年春节后，属于消费者意向蓄水期，从成交量角度来看，相对属于装修淡季。

2、获客分散

随着新房市场占比逐步下降，住房制度和供应体系进一步完善，旧房焕新和二手房装修需求不断涌现，叠加整装、社区拎包等商业模式创新，家居消费渠道逐渐分散。同时，互联网时代消费者消费习惯变迁，消费场景趋向多元，以传统推销、地推宣传和媒体投放为主的传统获客方式引流效果下降，线上消费场景重要地位日益显著，电商及社交平台（如抖音、小红书）成为新流量入口。家居企业在渠道开发、异业合作、新零售等方面精进拓展，发力电商直播、短视频引流等互联网营销，通过“设计赋能+内容种草”模式实现线上线下一体化获客，旨在破局“获客-营销-转化”的难题。

3、服务属性强

定制行业具有非标、以销定产的特点，导致消费者的购买过程较长，引流、签单、设计、安装、服务等环节均需要终端渠道及门店落地执行。实体门店作为家居沉浸式消费体验的载体，是展示企业品牌形象和产品特色的重要窗口，更是连接消费者与企业的桥梁。为了充分捕捉消费需求的趋势和消费场景的变化，家居品牌厂商积极探索终端新店态以及多店态组合的终端营销模式。同时，更加注重服务体验和门店运营质量的提升，优化运营管理流程，持续精进服务接待、产品品质和空间设计，对终端店面的氛围、设计服务、产品讲解、售后政策、服务态度、持续服务等相关环节的标准化管理，同时利用在线客服、设计灵感、参与互动等线上方式，为消费者提供个性化、持续性和全方位的一站式服务支持。

（四）行业发展趋势

1、二手房与旧房改造需求增长推动家居市场步入存量时代

地产市场存量转型，存量房成为家居消费有力支柱。受经济环境影响，房地产市场新房开发与销售放缓，高线城市率先迈入存量时代。伴随二手房成交量弹性修复、老旧小区改造政策落地、存量房日常改造等改善性住房需求进一步释放，未来存量房将成为家居消费市场的重要支撑。2006-2015年销售的住宅进入翻新周期，旧房改造需求占比提升，成为行业增长新引擎。老旧小区改造逐渐成为家居需求重要支撑，政策鼓励居民结合小区改造进行户内改造及装修，带来家居需求新增量。

近年来，房地产宽松政策频频出台，国家出台了“四个取消、四个降低、两个增加”的一揽子“组合拳”政策。紧随其后，各省市陆续出台了一系列的政策促进家装家居“以旧换新”，补贴政策重点放在存量市场、旧房改造、局部改造。2024年国务院推出3000亿元以旧换新特别国债，覆盖家装厨卫领域，补贴力度最高达30%，直接拉动终端消费回暖。

2、一站式服务成为家居消费者选择倾向

随着中国家装家居消费人群的迭代，主力消费群体正在向90后、00后乃至更年轻的人群转变。而年轻一代的生活方式、消费习惯和消费理念相较曾经的主流消费者均有较大改变，除了满足个性化需要、实现个人风格喜好等个性需求外，也更在意提高空间利用率、省时省力、流行性等诉求。消费者年轻化和客户需求个性化、多样化趋势也将促使家居行业朝着为客户提供一站式整家一体化服务的方向发展。这对家居企业的研发能力、产业链协同、组织效能、数字化程度等提出了更高的要求，或将推动行业集中度提升。

3、头部企业优势明显，行业集中度将持续提升

总体来看，国内定制家居行业市场竞争较为激烈，行业内企业的规模普遍偏小，呈现出“大行业，小企业”的行业特点，行业集中度较低。

随着定制家居行业的发展，消费者对品牌认知、品质保障、服务能力等产品的综合实力更加重视，部分规模小、资金实力弱、技术落后的企业难以实现大规模个性化设计、柔性生产，无法满足消费需求，竞争力将日渐趋弱，进而逐渐被市场淘汰出局。头部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、资金实力、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的客户资源，市占率有望进一步得到提升。未来定制家居行业将逐步整合，终端客户资源将逐步向头部企业集中，推动行业集中度持续提升，马太效应愈加明显。

4、数字智能技术推动定制家居行业转型升级

我国经济社会正在进入以数字化生产力为主要标志的发展新阶段，以物联网为代表的新一代数字技术呈现出与制造业深度融合及相互促进的趋势，数字化技术为传统制造业赋能的趋势在全球范围内兴起，目前定制家居行业已走向了数字化发展阶段，数字化成为未来行业发展的重要方向。

“工业4.0”核心是利用数据流动自动化技术，旨在建立一个高度灵活的数字化生产模式，以同质化规模化的成本，构建出异质化定制化的产业。随着我国制造业向着工业互联网与智能制造等方向进行战略转型升级，定制家居行业大型企业将会投入更多的资源提高智能制造水平，引入数字化管理系统，提高内部全程信息流程度，同时与企业总部的信息建立链接，从而提高生产管理效率，稳定和提升产品质量，实现装备、生产过程和管理智能化。在“工业4.0”发展趋势下，我国传统家居制造行业企业未来将面临数字智能化升级的需求，以提升产能和生产效率，在满足消费者的差异化定制产品需求的同时，实现逐步向数字生产、智能制造转型升级。

5、环保与品质持续升级

消费者对健康与环保的关注度持续提升，推动企业采用可再生、低甲醛或无醛添加的板材，如竹纤维、秸秆板等新型环保材料。智能制造技术，如AI优化切割等将减少生产过程中的能源消耗与废料排放。同时，水性漆、无胶封边等环保工艺将替代传统高污染技术，进一步减少有害物质释放。在政策方面，国家“十四五”规划对绿色建材、装配式建筑的推广政策持续深化，推动家居企业向环保材料、智能制造转型。国家“双碳”目标及《推进家居产业高质量发展行动方案》等政策要求企业优化生产流程。

定制家居行业的环保与品质升级，不仅是技术驱动的必然结果，更是消费者需求、政策导向与企业社会责任共同作用的产物。

（五）公司所处的行业地位情况

志邦创始团队是中国定制家居行业最早的开拓者之一，由定制厨柜起家，发展为至今的整家一体化定制家居公司。经过多年的发展，伴随着房地产大周期的市场红利和自身专业化布局，在定制家居行业整体高速增长的步伐下，志邦从区域性品牌走向了全国驰名和全球化布局。

公司凭着多年的行业深耕、优质良好的上下游关系和行业领先的多品类布局，得以在家居市场的结构性洗牌中保持多年增长，有效对抗市场风险，位居竞争前列。未来，随着消费主力人群更新、旧房翻新市场潜在空间不断释放，家装家居市场需求广阔。公司致力于协同行业上下游企业一同探索提供标准化、一体化的服务，更好地实现人们对家的美好想象。

（六）近期发布的法律法规、行业政策及其影响

详见年报正文。

（一）报告期内公司从事的主要业务

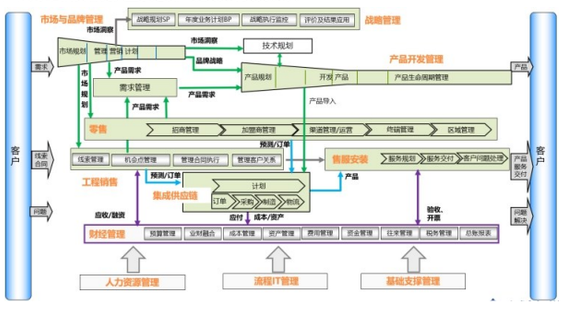
志邦家居创立于1998年，从“乐享厨房”到“专注家居更懂生活”，从“单品类厨柜”到“全屋定制”再到“整家定制”，逐步发展至“整家一体化”的定制家居模式，是一家专注于整家定制集研发、设计、生产、销售、服务为一体的公司。公司由定制橱柜起步，由整体厨房领先迈向整家定制，产品囊括九大空间，包括整体厨房、全屋定制、木门、墙板、卫阳、成品家居等九大空间系列产品。公司始终坚持“以市场为导向，以客户为中心”的原则，围绕为客户“装修一个家”的核心开展业务，致力向客户提供一体化、一站式的整体定制家居解决方案，真正满足客户能拎包入住的需求，实现人们对家的美好想象。

图：志邦家居发展历程

公司已经具备了围绕整家空间提供产品和服务的能力，产品囊括9大品类，5大系列，4种美学风格。

（二）公司主要经营模式

志邦以“更懂生活”的经营理念，通过二十多年来，持续洞察消费者的变化、坚持以客户需求为导向的产品与设计、开拓各渠道销售商并整合服务商，依据客户个性化设计需求，采用订单式柔性化生产，为家居消费者提供整家定制产品及设计安装服务。



图：公司主要经营模式

1、品牌运营模式

（1）品牌规划：公司以“实现人们对家的美好想象”的品牌使命，为千家万户匠心铸造一个又一个美好品质生活的模样，以成为全球领先的家居品牌为目标，基于对消费者行为的深刻洞察，紧随业务布局进行品牌宣传布局，实现品牌与市场、品牌与渠道互通互联，持续赋能销售的同时提升品牌知名度。

（2）品牌宣传：公司持续推动志邦由橱柜品牌向整家定制品牌的转变，用品牌赋能产品，全方位塑造品牌“年轻化+时尚化”形象。2015年签约世界跳水冠军郭晶晶女士为形象代言人，2019年，签约国际巨星周杰伦先生为公司全新品牌代言人，以更为年轻化的形象一起为家而来，开启品牌新时代。近年来，公司不断资源整合，采用广告传播品牌和互联网内容传播的方式相结合，提高品牌曝光度。

（3）品牌推广：公司通过品牌一系列升级，自2017年起持续推进“明星矩阵”，打造“男人下厨节”等现象级的全国营销活动，延续品牌IP内核，赋能重点活动的营销模式，从销量成就品牌到品牌拉动销售，是品牌价值化提升的重要途径。

2、产品开发及应用模式

公司产品研发中心，通过深入的市场洞察和客户需求分析，结合全球行业材料、工艺及审美趋势，根据不同区域消费者需求，定制不同产品的研发方向。产品开发经需求管理、产品规划、产品试制、产品入编、产品上市、产品退市全生命周期管理，保障产品开发与市场需求紧密结合。

产品上市后，公司应用设计中心通过自主开发“云设计”终端应用软件，使客户能够直接参与个性定制设计过程，实现迅速出图、一键下单，以“样品+户型+VR实景”方式，全方位增强客户体验。

3、销售模式

公司的销售模式，主要分为C端直接服务家居消费者的国内外经销商销售模式、整装销售模式和直营销售模式；B端通过精装地产商间接服务于家居消费者大宗业务销售模式和海外销售模式。销售渠道以经销商销售、大宗业务为主，同时大力开展