

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. 董事会及监事、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. 第三季度财务会计报告是否经过审计

□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

	本报告期	本报告期比上年同期增减	年初至报告期末	年初至报告期末比上年同期增减
营业收入(元)	2,456,740,301.15	-9.88%	7,007,546,551.74	-8.46%
归属于上市公司股东的净利润	362,145,442.17	9.44%	681,525,409.25	-26.05%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	291,893,224.43	-14.83%	720,424,757.12	-17.56%
经营活动产生的现金流量净额(元)	-405,093,035.57	-347.87%		
基本每股收益(元/股)	0.3760	1.43%	0.7077	-26.37%
稀释每股收益(元/股)	0.3760	1.43%	0.7077	-26.37%
加权平均净资产收益率	5.16%	-0.09%	9.23%	-3.95%
全部归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	2,456,740,301.15	-9.88%	7,007,546,551.74	-8.46%
总资产(元)	16,372,088,949.73	-16.05%		
归属于上市公司股东的所有者权益(元)	7,204,873,651.50	7,453,414,473.07	-3.33%	

□是 √否

(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	年初至报告期末金额	说明
非流动资产处置损益(包括已计提资产减值准备的冲销部分)	-2,369,821.13	-2,39,121,37	
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、按照确定的补助标准享受,对公司生产经营活动影响重大的政府补助除外)	18,430,456.23	42,782,310.18	
除同公司正常经营业务相关的有效前期保值业务外,全部投资以及营业外收入和营业外支出	77,850,583.08	-86,510,300.41	
单独进行减值测试的应收款项减值准备金	0.00	890,490,904	
除上述之外的其他营业外收入和支出	-1,083,931.33	-2,448,760.23	
其他非经常性损益项目的金额	50,136.54	1,506,927.31	
减:所得税影响额	22,961,036.64	-14,260,448.78	
少数股东权益影响额(税后)	-335,830.99	141,342.17	
合计	70,252,217.74	-38,899,347.87	

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

计人当期损益的扣扣个人所得税手续费。

将公开发行股票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

公司不存在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形。

(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

单位:元

资产负债表项目	2025年9月30日	2024年12月31日	金额增减变动比例	重大变动说明
货币资金	1,066,514,719.13	2,210,042,519.60	-51.92%	主要是本期期末现金余额所致。
交易性金融资产	656,307,400.29	1,757,895,164.31	-62.76%	主要是本期结构化理财产品或理财产品的减少所致。
存货	403,551,285.35	586,015,120.18	-31.41%	主要是本期存货的增加所致。
合同资产	29,585,774.07	46,239,294.02	-36.02%	主要是本期合同资产的减少所致。
一年内到期的非流动资产	690,695,944.00	270,514,329.34	155.33%	主要是本期到期的长期应收款的增加所致。
在建工程	81,358,738.47	135,852,173.47	-40.11%	主要是本期工程项目的转固所致。
应付票据	13,797,230.45	131,342,874.41	-89.94%	主要是本期应付票据的减少所致。
合同负债	686,442,626.33	2,282,203,935.82	-69.29%	主要是本期合同负债的减少所致。
应付职工薪酬	137,049,100.21	232,728,297.92	-41.11%	主要是本期应付职工薪酬的减少所致。
应交税费	239,997,428.92	481,797,785.63	-50.99%	主要是本期应交税费的减少所致。
一年内到期的非流动负债	590,366,867.87	173,700,166.21	239.88%	主要是本期长期借款将在一年内到期导致所致。
长期借款	95,000,000.00	727,802,133.77	-86.95%	主要是本期长期借款将在一年内到期导致所致。
租赁负债	32,346,821.14	50,103,726.67	-35.44%	主要是本期厂房及办公楼租赁所致。

2. 利润表

单位:元

利润表项目	2025年1-9月	2024年1-9月	金额增减变动比例	重大变动说明
研发费用	184,751,480.91	286,946,423.17	-35.61%	主要是通过IPD项目提高研发效率,以及研发投入的调整。
财务费用	18,658,792.24	-6,143,773.75	403.70%	主要是因为产生的银行手续费的增加所致。
投资收益	14,455,067.86	10,221,436.97	41.42%	主要是购买结构性存款取得的收益增加所致。
资产减值损失	-5,651,227.58	-10,903,183.86	47.18%	主要是本期存货减值损失减少所致。
资产处置收益	-4,682,544.41	-2,966,214.16	-57.86%	主要是本期办公楼租赁处置收益减少所致。
营业外支出	9,986,094.75	5,410,937.57	84.55%	主要是滞纳金增加所致。

3. 现金流量表

单位:元

现金流量表项目	2025年1-9月	2024年1-9月	金额增减变动比例	重大变动说明
经营活动产生的现金流量净额	-405,093,035.57	163,432,686.43	-347.87%	主要是销售商品、提供劳务收到的现金减少所致。
投资活动产生的现金流量净额	688,687,126.26	-1,300,834,245.29	152.94%	主要是收回投资收到的现金增加所致。
筹资活动产生的现金流量净额	-1,081,812,846.28	-776,142,329.46	-39.38%	主要是取得借款收到的现金及偿还债务支付的现金的增加所致。

2025年1至9月,公司持续坚定“多品牌、全品类、全渠道”战略不动摇,实现营业收入70.08亿元,同比减少8.46%;实现归母净利润6.82亿元,同比减少26.05%。

(一)索菲亚品牌

索菲亚品牌拥有城市运营商1,793位,专卖店2,561家,其中省会城市门店数占比14.64%(收入占比27.72%),地级城市门店数占比20.58%(收入占比27.05%),四五线城市门店数占比64.78%(收入占比45.23%)。

2025年1-9月,索菲亚品牌实现营业收入63.52亿元,同比下滑7.81%,工厂端平均客单价22,511元/单。

(二)米兰纳品牌

米兰纳品牌共有经销商528位,专卖店556家。其中,省会城市门店数占比7.01%(收入占比13.28%),地级城市门店数占比26.62%(收入占比30.14%),四五线城市门店数占比66.37%(收入占比56.80%)。2025年1-9月,米兰纳品牌实现营业收入3.00亿元,同比下滑18.43%;工厂端平均客单价17,662元/单。

(三)司米品牌

司米品牌拥有经销商132位,专卖店134家。其中,省会城市门店数占比15.67%(收入占比38.62%),地级城市门店数占比34.33%(收入占比29.33%),四五线城市门店数占比50.00%(收入占比32.50%)。报告期内,在公司“多品牌、全品类、全渠道”的战略下,司米品牌终端门店正逐步向整装店转型,整体策略将促进客单价提升。

(4)华鹤品牌

华鹤品牌共有经销商222位,专卖店270家。2025年1-9月,华鹤品牌实现营业收入0.81亿元,未来,华鹤品牌将继续优化经销商网络、强化终端赋能,推进装企、拎包、电商等新渠道建设来开拓新流量。

(5)整体渠道

2025年1-9月,公司整装渠道实现营业收入13.93亿元,同比下滑14.12%。其中,公司集成装整装事业部已合作装企数量283个,覆盖全国211个城市及区域,已上样门店数量728家;零售整装业务已合作装企数量2473个,覆盖全国1,482个市场及区域,已上样门店数量2,375家。未来,整装渠道将持续开拓合作装企,扩大业务覆盖范围,同时不断深化现有合作装企关系,加快全品类产品布局。

(6)大宗业务渠道

2024年起,公司将持续优化大宗业务客户结构,巩固发展与优质地产客户的合作,优质客户收入贡献持续保持稳定,与国内多个Top100地产客户签署战略合作关系,是多家医院、学校、公寓等对环保要求极其严苛的机构或企业指定供应商。

(7)海外事业部

公司持续布局海外市场,通过高端零售、工程项目和经销商等形式。目前,公司已拥有29家海外经销商,覆盖了加拿大、澳大利亚、阿联酋、越南、泰国等23个国家/地区;同时,公司与优质海外开发商和承包商合作,为全世界32个国家/地区,约132个工程项目,提供一站式全球定制解决方案。

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

48,958

报告期末表决权恢复的优先股股东总数(如有)

不适用

前10名股东持股情况(不含通过转融通借出股份,高质押股)

股东名称

股东性质

持股比例

持股数量

质押、标记或冻结情况

股 权 状 态

数量