证券代码:001322　证券简称:箭牌家居　公告编号:2025-015

箭牌家居集团股份有限公司

【2024】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

是否以公积金转增股本

□是 √否

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为:以2024年12月31日总股本968,597,250股扣除公司回购专用证券账户持有的公司股份为基数,向全体股东每10股派发现金红利1.32元(含税),送红股0股(含税),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	箭牌家居	股票代码	001322
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称(如有)	不适用		

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	杨伟华	肖艳丽
办公地址	广东省佛山市顺德区乐从镇创兴一路13号箭牌总部大厦	广东省佛山市顺德区乐从镇创兴一路13号箭牌总部大厦
传真	0757-29964107	0757-29964107
电话	0757-29964106	0757-29964106
电子信箱	IR@arrowgroup.com.cn	IR@arrowgroup.com.cn

2、报告期主要业务或产品简介

公司是一家集研发、生产、销售与服务于一体的大型现代化制造企业,致力于为消费者提供一站式智慧家居解决方案,生产产品品类范围覆盖卫生陶瓷(含智能坐便器)、龙头五金、浴室家具、浴缸浴房、瓷砖等全系列家居产品,使用场景包括卫浴空间、厨房空间、客厅空间、浴室空间、阳台空间等家居生活场景,以及学校、医院、大型场馆、交通枢纽等公共场所,酒店、商场、写字楼等商业场所,应用场景广泛。

公司拥有ARROW箭牌、FAMACCA法恩莎、ANNWA安华、三个品牌具有不同的市场定位,能够满足不同消费群体的需求。公司掌握具有自主知识产权的研发及制造核心技术,是卫生陶瓷、节水型卫生洁具行业标准起草单位之一。

依据国民经济行业分类标准(GB/T4754-2017),公司属于“制造业”之“非金属矿物制品业”之“陶瓷制品制造”行业,其中陶瓷卫浴产品的研发、生产和销售属于“陶瓷制品制造”行业之“卫生陶瓷制品制造”子类目(行业分类代码:C3072)。

(1)下游房地产行业情况

陶瓷卫浴行业下游为商品住房购买者、旧房二次装修的消费者,推出精装修商品住房的房地产企业以及酒店、学校、医院、写字楼等单位。陶瓷卫浴行业受房地产周期影响较大,属于房地产后周期行业。

2024年前三季度,国内房地产市场整体仍呈现调整态势。9月26日中央政治局会议首次提出“要促进房地产市场止跌回稳”,力市场注入信心,四季度以来,新房及二手房成交量均较上年同期有所增长,市场情况有所改善。

一年前《政府工作报告》提出“持续用力推动房地产市场止跌回稳”,并首次将“稳住楼市”写进总体要求,为市场传递信心。各地区各部门因地施策,精准施策,大力支持居民刚性和改善性住房需求,推动房地产市场止跌回稳。根据《中国建设报》报道,2025年一季度,随着房地产市场政策优化调整,刚性和改善性住房需求逐步释放,楼市呈现回稳态势,尤其是3月份以来新房、二手房成交量回升,多个城市迎来“小阳春”。2025年一季度,全国新建商品房和二手房成交总量同比正增长,其中二手房交易规模同比增速超过两位数。3月份,一线城市中,深圳二手房网签成交套数同比增长61%,北京、上海同比增幅均超30%;二线城市中,杭州同比增长68%,成都、厦门成交同比增幅均超30%。

同时随着房地产业不断迭代,新房市场和二手房市场、保障房和市场房、租赁房和自住房,逐渐开发和存量运营并同构成住房房地产体系(《关注房地产市场新特征》,刊载于2024年3月26日经济日报),近年来,我国二手房交易比例持续攀升,2024年,全国二手房销售面积占全国商品房销售面积的比例超过40%,房地产市场逐步迈入存量时代。在此背景下,家居家装市场也迎来了重要转型,存量房翻新和局部改造正成为新的增长引擎,我国住房需求特别是改善性住房需求潜力仍然很大,根据《新华社》报道,2024年,随着房地产市场止跌回稳,加力实施城中村和危旧房改造,推进老旧小区及各项改革措施进一步落实到位以及随着居民就业形势稳定,收入稳定增长,刚性和改善性住房需求潜力会不断释放,房地产市场止跌回稳的积极势头还将继续保持并增强。

公司针对市场形势及存量房趋势变化,积极政策机遇,深度挖掘存量房客户需求针对开发产品,进一步加大社区门店等下沉渠道的开发,使得产品能更快触达消费者,并推广“用心换新焕发”服务模式,为顾客提供“设计+施工+售后”一站式服务,满足客户的回购周期并做改造或全卫换装需求。

报告期内,公司继续坚持深耕零售渠道,并在此基础上推动全渠道发展,打造覆盖零售、电商、家装、工程等全渠道营销体系,公司零售门店、电商和家装等渠道收入占比合计78.04%,工程渠道收入(含精装房和公共建筑工程项目)占比为21.96%,形成较为均衡的业务分布,有效满足商品住房购买者、旧房二次装修的消费者、推出精装修商品住房的房地产企业以及酒店、学校、医院、写字楼等单位等下游客户的需求,建成房地产和市场波动对公司业务的影响。

(2)陶瓷卫浴行业情况

①国产品牌市场认可度稳步提升,行业标准规范进一步促进行业集中度提升

目前,陶瓷卫浴市场分为进口和国产品牌,以杜拉维特(Duravit)、英仪(Geberit)、乐家(Roca)、汉斯格雅(Hansgrohe)为代表的欧洲品牌,以科勒(Kohler)、摩恩(Moen)、美标(American Standard)为代表的美国品牌,以东陶(TOTO)、伊奈(INAX)为代表的日本品牌,以及以箭牌、九牧、恒洁、惠达等为代表的国产品牌,从细分市场以及整体市有率看,国产卫浴占比较高,但进口品牌在高端市场仍占据主要市场,随着国产品牌在技术研发、产品创新等方面取得了显著进步,国产品牌在品质上的持续努力,逐渐缩小了与进口品牌的差距,并实现了对外资品牌从“追赶”到“反超”甚至领先,国产品牌也逐渐向中高端市场进军,大众消费者对国产卫浴品牌的认可度也在不断提升。

随着我国国际侧结构性改革的推进,近几年我国从房卫浴企业市场集中度呈上升趋势,然而,因日本2023报记90%的水平相比,我国卫浴行业集中度尚有较大的提升空间。同时,进口品牌和国产品牌在对销售渠道的发展上也各有侧重,在电商渠道,根据天猫新品创新中心(Tmall Innovation Center,简称TMIC)发布的《2024卫浴生活趋势白皮书》显示,2023年4月-2024年3月,大额卫浴行业TOP10品牌热搜中,头部品牌方或国位被国产品牌占据,国产品牌平均增速10.34%,进口品牌平均增速-12.46%。在线下零售渠道,进口品牌的销售网点主要位于经济发达的城市,国产品牌,特别是一线城市,增加终端渠道覆盖,以及加强对新兴渠道的拓展,以期提升市场份额。

(3)陶瓷卫浴行业情况

①国产品牌市场以可靠稳定提升,行业标准规范进一步促进行业集中度提升

目前,陶瓷卫浴市场分为进口和国产品牌,以杜拉维特(Duravit)、英仪(Geberit)、乐家(Roca)、汉斯格雅(Hansgrohe)为代表的欧洲品牌,以科勒(Kohler)、摩恩(Moen)、美标(American Standard)为代表的美国品牌,以东陶(TOTO)、伊奈(INAX)为代表的日本品牌,以及以箭牌、九牧、恒洁、惠达等为代表的国产品牌,从细分市场以及整体市有率看,国产卫浴占比较高,但进口品牌在高端市场仍占据主要市场,随着国产品牌在技术研发、产品创新等方面取得了显著进步,国产品牌在品质上的持续努力,逐渐缩小了与进口品牌的差距,并实现了对外资品牌从“追赶”到“反超”甚至领先,国产品牌也逐渐向中高端市场进军,大众消费者对国产卫浴品牌的认可度也在不断提升。

随着我国国际侧结构性改革的推进,近几年我国从房卫浴企业市场集中度呈上升趋势,然而,因日本2023报记90%的水平相比,我国卫浴行业集中度尚有较大的提升空间。同时,进口品牌和国产品牌在对销售渠道的发展上也各有侧重,在电商渠道,根据天猫新品创新中心(Tmall Innovation Center,简称TMIC)发布的《2024卫浴生活趋势白皮书》显示,2023年4月-2024年3月,大额卫浴行业TOP10品牌热搜中,头部品牌方或国位被国产品牌占据,国产品牌平均增速10.34%,进口品牌平均增速-12.46%。在线下零售渠道,进口品牌的销售网点主要位于经济发达的城市,国产品牌,特别是一线城市,增加终端渠道覆盖,以及加强对新兴渠道的拓展,以期提升市场份额。

②产业政策支持,国产品牌迎来发展机遇

2024年4月7日,市场监管总局印确将对电子坐便器等产品实施强制性产品认证(简称“CCC”)管理,并自2025年7月1日起实施;2024年7月24日,国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会批准发布并同期实施了《坐便器用节水型冲洗阀》(GB/T26750-2024)(实用范围为坐便器的安全、节水要求)、《坐便器的特殊要求》强制性国家标准,2024年7月,公司成为电子坐便器CCC认证新批准的国内企业之一,为满足智能坐便器生产技术改造及产品质量提升,引领行业健康发展,市场监管总局(国家标准委)推动了《GB/T34646-2024卫生洁具 智能坐便器》并于2024年11月正式实施,《水嘴水效标识实施规则(坐便器水效标识值及水效等级)(绿色产品评价 卫生陶瓷)》、《消费品质量分级评测 卫生洁具》等新的国家标准及实施规则在2025年陆续实施。随着CCA证理管理路线实施,以及行业标准的进一步规范,将有续推动行业的优胜劣汰,加速中小产能的出清,行业集中度将得到进一步提升。

③以旧换新,迎老化改造等政策引领未来发展消费新动能

2024年3月,国务院关于印发《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》的通知,4月12日,商务部等14部门印发的《推动消费品以旧换新行动方案》发布,其中,提出推动家装装卫“换新”,鼓励各地支持开展旧房装修,提升卫浴部件绿色改造和居家适老化改造,推动智能家居在健康卫浴、养老助护等更多生活场景渗透,促进智能家居消费,随后《关于加力支持大规模设备更新和消费品以旧换新的若干措施》等多个政策相继出台,各地也相继出台并实施各项政策措施,推动了家居家装“以旧换新”补贴政策落地,促进家居、家电以旧换新及家装、卫浴等的更新,刺激居民消费动力,带动消费升级。根据由商务部商务流通业发展司立项、中国建筑材料流通协会编制并发布的信息显示,全国建材家居商场(指数(B11)呈现“前低后高”态势,下半年受“以旧换新”政策效应拉动及“3.17政策”发布后房地产市场逐步止跌回稳刺激影响,B11指高位运行于上半年,全国规模以上建材家居商场2024年全年累计销售额为14,906亿元,同比下降3.8%。根据国家发展改革委发布的数据,消费品以旧换新行动传播效应消费动力,家装消费助力扩大,智能坐便器、扫地机器人、智能门锁等产品销售近6000万件,销售额达到1200亿元,中央经济工作会议提出,要增加发行超长期特别国债,加力扩增实施“两新”政策,2025年1月,国家发展改革委、财政部发布《关于2025年加力扩增实施大规模设备更新和消费品以旧换新政策的通知》,要求“加力推进设备更新”“扩增支持消费品以旧换新”,其中“(十二)积极支持家装消费品换新,加大对个人消费者在开展以旧换新、回收拆除及清洁、运输等环节产生的费用支持力度,积极促进智能家居消费等”,在消费品以旧换新政策(国家发展改革委)、财政部等部门的政策引导下,公司作为家装卫浴行业龙头企业,有望通过以旧换新政策实现市场份额的双收益。

④国家统计局数据显示,2024年全国商品房销售面积(B11)同比下降12.4%,2024年全国商品房销售额(B12)同比下降17.1%,2024年全国房地产开发投资(B13)同比下降10.6%,2024年全国房地产开发企业到位资金(B14)同比下降14.8%,2024年全国房地产开发企业资金来源(B15)同比下降10.4%,2024年全国房地产开发企业资金来源中的国内贷款(B16)同比下降14.5%,2024年全国房地产开发企业资金来源中的自筹资金(B17)同比下降12.2%,2024年全国房地产开发企业资金来源中的其他资金(B18)同比下降10.4%,2024年全国房地产开发企业资金来源中的其他资金中的定金及预收款(B19)同比下降14.1%,2024年全国房地产开发企业资金来源中的其他资金中的个人按揭贷款(B20)同比下降9.3%,2024年全国房地产开发企业资金来源中的其他资金中的个人按揭贷款中的个人住房按揭贷款(B21)同比下降9.3%,2024年全国房地产开发企业资金来源中的其他资金中的个人按揭贷款中的个人住房按揭贷款中的个人住房公积金按揭贷款(B22)同比下降9.3%,2024年全国房地产开发企业资金来源中的其他资金中的个人按揭贷款中的个人住房按揭贷款中的个人住房商业性按揭贷款(B23)同比下降9.3%,2024年全国房地产开发企业资金来源中的其他资金中的个人按揭贷款中的个人住房按揭贷款中的个人住房商业性按揭贷款中的个人住房商业性按揭贷款中的个人住房商业性