证券代码:000785　证券简称:居然智家　公告编号:2025-002

居然智家新零售集团股份有限公司

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。

董事、监事、高级管理人员异议声明

姓名	职务	内容和原因
汪林朋	董事长兼CEO	汪林朋先生被武汉市江汉区监察委员会实施留置,无法正常履职。

董事、监事、高级管理人员异议声明的风险提示

除下列董事外,其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
汪林朋	董事长	汪林朋先生被武汉市江汉区监察委员会实施留置,无法正常履职。	无

非标准审计意见提示

√适用 □不适用

普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)为本公司出具了保留意见的审计报告,本公司董事会、监事会对相关事项已有详细说明,请投资者注意阅读。

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

2024年度公司注销回购股份35,448,146股,对应的回购金额为141,331,318.44元。本年度现金分红和股份回购注销总额为141,331,318.44元,占公司合并报表归属于母公司股东净利润的18.37%。本年度不派发现金红利,不送红股,不进行资本公积转增股本。

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	居然智家		股票代码	000785
股票上市交易所	深圳证券交易所			
变更前的股票简称(如有)	居然之家,武汉中商			
联系人和联系方式	董事会秘书		证券事务代表	
姓名	王建亮		邓尊,郝媛媛	
办公地址	北京市东城区东直门南大街甲3号		武汉市武昌区中南路99号,北京市东城区东直门南大街甲3号	
传真	027-87307723		027-87307723	
电话	010-84098738		027-87362507,010-84098738	
电子信箱	ir@juran.com.cn;ir014@juran.com.cn		ir@juran.com.cn;ir014@juran.com.cn	

2、报告期主要业务或产品简介

(一)报告期内公司主要业务情况

1、连锁家居卖场业务

公司开展连锁家居卖场的运营和管理业务,通过直营和加盟模式进行卖场连锁扩张。截至2024年12月31日,公司在国内30个省、区、市及海外经营407家家居卖场,包含83家直营卖场及324家加盟卖场。

直营模式是指通过自有或租赁物业自主运营卖场,直接承担店面选址、物业建设或租赁、卖场装修、招商、商户管理、营销活动管理等一系列工作的自主运营管理模式。根据物业权属,直营模式下卖场可划分为自有物业和租赁物业两种。公司直营模式以租赁物业为主,截至2024年12月31日,公司经营的83家直营卖场中,17家为自有物业,66家为租赁物业。公司直营模式卖场多位于直辖市、省会级城市等较发达城市。直营模式下,公司的收入来源是向商户收取的租金、物业管理费、按商户销售额的一定比例收取的各项管理费用以及使用数字化管理系统收取的系统使用费和销售佣金等平台服务收入。

加盟模式是指公司与加盟方签订加盟协议,授权加盟方使用公司的商标与商号等资源开展经营的商业模式。加盟模式下,公司负责提供数字化SaaS等系统协助加盟方进行日常运营,并根据加盟方需求派驻总经理等运营管理人员。加盟方主要负责提供用于经营的物业并与商户签署招商合同。公司加盟模式收入主要来自收取加盟方的招商运营费、按加盟门店年度营业收入的一定比例收取品牌使用费及使用数字化管理系统收取的系统使用费和销售佣金等平台服务收入。

2、数智化创新业务

公司持续打造“居然设计家(Homestyler)”、“居然智慧家”、“洞窝”三大数智化创新业务平台。

居然设计家是公司和阿里巴巴共同打造的AI设计平台,通过AI、3D、大数据等底层技术驱动,赋能用户实现所想即所见、所见即所得,为泛家居行业品牌商、零售商提供智能导购、精准营销服务,以全球设计生态推动行业跨境出海。

居然智慧家是公司为适应万物互联时代的到来而打造的智慧生活服务平台,通过打造路品牌、跨生态、跨终端互联互通的智能家居系统,连接智能手机、智能汽车、智能家电等各种智能终端设备,打造“人、车、家”智慧生活新场景,绿色低碳生活新场景、智能养老和大健康智慧管理新场景,为消费者创造更好的智慧生活服务体验。

洞窝是公司围绕家装家居全产业链打造的数字化产业服务平台,通过聚焦线上线下一体化的全场景营销、产业链上下游数据的互通互联、全渠道商业管理系统(DOS),全面赋能品牌商、渠道商和零售商,提升行业运营效率,改善消费者服务体验。

3、购物中心及现代百货超市业务

公司将购物中心业态作为公司实体商业的第二增长曲线,以“中商世界里”为品牌开展购物中心业务。截至2024年12月31日,公司在长春、武汉等地运营4家“中商世界里”购物中心。同时,公司在武汉、黄石、咸宁、荆门等城市的核心商圈经营4家现代百货店和165家各类超市。

4、智能家装业务

公司开展家装业务,推出个性化定制、高端大宅设计、整装套餐、局部改造等多种产品,为用户提供设计-施工-主材选配-售后的全链路装修服务。依托“居然设计家”和自研施工管理系统,实现装修服务全链路数字化管理,全角色线上参与,解决施工交付中的痛点问题,提升服务质量。公司通过团购家装价值链,推动产业链上下游从价格博弈转为价值协同关系:顺应整装发展趋势,以“内容”和“体验”虹吸流量,为卖场和商户打造新的流量入口;实行管家式管理制度,提供“家装零增项”、“一次装修终身维保”等服务,为消费者提供全生命周期解决方案。

(二)报告期内公司所处行业情况

1、公司所处行业特点

2024年是“十四五”规划收官之年,也是“十五五”规划谋篇布局之年,国民经济运行总体平稳、稳中有进,但当前外部环境变化带来不利影响加深,国内需求不足,部分企业生产经营困难,经济运行仍面临不少困难和挑战。2024年,国内生产总值134.9万亿元,同比增长5.0%,增速居世界主要经济体前列。全年消费规模保持稳定,2024年,社会消费品零售总额48.79万亿元,同比增长3.5%,全年限额以上单位家具类、家用电器和音像器材类、建筑及装潢材料类商品零售额分别增长3.6%、12.3%、-2.0%,2024年,中国家具行业规模以上企业实现营业收入6,771.5亿元,同比增长0.4%。相较餐饮及其他商品零售,家居行业受“客单价高、决策链条长”等特征影响,消费恢复相对滞后。

2024年,我国房地产市场整体仍呈现调整态势,全国房地产市场整体承压,使得建材家居市场有效需求相对不足,行业加速出清。根据中国建材流通协会数据,2024年全国规模以上建材家居卖场累计销售额为1.49万亿元,同比下降3.85%,全国BHEI(中国城镇建材家居市场饱和度预警指数)值为126.31,全国建材家居市场整体仍处于饱和状态。规模以上建材家居市场面积增长率连续3年为负值,2024年,全国规模以上建材家居市场面积约为20,495万平方米,同比下降9.55%,同比降幅扩大,市场竞争愈发激烈,整体市场空置率也随之上升。

家居零售行业集中度仍相对较低,但呈现逐渐提高的趋势。据艾瑞咨询发布的《2024年中国家居市场消费洞察报告》,2023年在全国万平以上建材家居卖场中,前两名的市场份额合计为23.5%,其中居然智家以12.5%的市场份额位居行业第一。根据中国建筑材料流通协会发布的数据,全国建材家居卖场单店50强在2023年实现了625.96亿元的总销售额,2024年上半年总销售额为286.94亿元,2024年上半年全国建材家居卖场单店50强总销售额占同期建材家居卖场总销售额的比例较2023年提升0.13个百分点。同时,劳势家居卖场、建材街、街边店加速出清,家居品牌对头部渠道的依赖程度进一步提升,头部连锁家居卖场的竞争优势更加明显。

泛家居行业流通渠道多元,各渠道竞争激烈。泛家居行业流通渠道主要包含集合式家居建材市场、大卖场、家装公司、设计师渠道、电商平台、工厂专卖店、家居建材超市七种业态,随着电商消费的普及和消费人群的年轻化,“线上搜索信息+线下体验成交”已成为消费者最常采用的购买方式,传统线下渠道数智升级与线上新渠道开拓并驾齐驱。

智能家居发展迅猛,根据亿欧智库数据,智能家居2025年市场规模有望突破万亿元,市场潜力巨大。同时,智能家居发展也面临诸多亟待解决的问题。首先,数据割裂与系统缺乏互通互联的问题较为突出,不同品牌、终端以及生态的智能家居系统互相独立,形成一个个信息孤岛。其次,数据安全问题令人担忧,缺乏统一的数据安全标准和有效的监管机制,数据在存储、传输以及使用的过程中面临着诸多风险。再者,智能家居的消费场景存在明显不足,智能家居的应用大多局限于智能灯光、智能门锁等单品的控制,缺乏系统性的整合与创新。

出海成为全行业的共识。家居行业出海呈现“阶梯式升级”的鲜明特征,早期以低成本产品出口打开国际市场,随后海外建厂,当前正通过跨境电商运营、建立自主销售网络来提升品牌价值和影响力。尽管家居跨境电商业务已初见成效,但中国家居品牌进入海外线下零售渠道门槛较高、品牌认知度不足,国际化进程在线下零售市场的突破仍面临较大挑战。

2、行业发展影响因素分析

泛家居行业产业链较长,发展受社会经济水平、居民可支配收入、房地产业发展、技术和模式创新及相关政策等因素的影响。

社会经济和居民可支配收入方面,2024年我国经济总体平稳、稳中有进,居民人均可支配收入4.1万元,同比增长5.3%。但居民消费水平和消费信心恢复缓慢,市场呈现有效需求不足和信心偏弱的局面。其中,家居建材作为“客单价相对较高、决策链条相对较长”的消费品类,复苏过程相对滞后。随着经济发展和居民消费信心的进一步恢复,泛家居产业作为一类刚需和重要消费品类,也将恢复到合理增长水平。

房地产业发展方面,新房销售承压,存量房市场交易开始复苏,存量房对家居消费的拉动作用将逐步显现。根据国家统计局数据,2024年全国商品房销售面积同比下降12.9%。2024年“930”新政发布以来,全国重点城市二手房成交出现改善。克而瑞监测数据显示,2024年,重点35个城市二手房总成交面积约为23亿平方米,同比增长6%,新房总成交面积约1.4亿平方米,同比下降约24%。中指研究院数据也显示,2024年,30个重点城市二手房成交约165.7万套,同比增长约7%。其中,三季度二手房成交套数同比增长15%,四季度同比增长35%。由于二手房交易回暖到带动家居消费一般有6个月左右时间间隔,随着存量房交易持续回暖,有望对冲新房需求收缩,支撑家居消费平稳过渡。

技术和模式创新方面,人类已经迎来以数字化、智能化为主导的第四次科技革命,数字技术、物联网技术、人工智能等技术正在推动家居产业发生深刻变革。在流通渠道方面,传统模式下企业主要经营线下卖场,通过规差地租和商品差价形成经营优势。随着数字化时代的到来,传统线下家居卖场亟需进行数字化转型。由于家居消费单价较高,消费者对现场体验的需求强烈,纯线上或纯线下模式都难以满足家居流通渠道的数字化升级需求。未来,企业发展模式将是线上线下相结合的S2B2C数字化产业互联网平台模式。在商品类别方面,智能家电、智能安防、智能睡眠、智能康养等智能家居产品正逐步受到消费者的青睐。技术和模式创新加速了家居行业的优胜劣汰,只有拥抱数字化、智能化变革的家居企业才能保持持续的竞争力。

家居行业政策方面,家居消费作为消费四大金刚之一,受到国家层面的高度重视,近年来国家围绕家居消费出台了一系列的支持政策。2024年3月,商务部等14部门印发《推动消费品以旧换新行动方案》,针对开展汽车、家电以旧换新和家装厨卫“换新”提出了行动方案。2024年7月,国家发改委和财政部印发《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》,提出各地区应重点支持旧房装修、厨卫等局部改造、居家适老化改造所用物品和材料购置,促进智能家居消费等,同时直接向地方政府发行1,500亿元左右超长期特别国债资金主要用于支持地方提升消费品以旧换新能力。2024年12月,中央经济工作会议提出加力扩围实施“两新”政策,2025年3月,政府工作报告提出,将大力提振消费、提高投资效益,全方位扩大国内需求,并特别提出将安排超长期特别国债3,000亿元支持消费品以旧换新。根据商务部数据,受益于国家消费品以旧换新政策,2024年全年,超过3,600万名消费者购买了八大类家电产品5,600多万台,带动销售额2,400亿元;家装厨卫“换新”带动销售相关产品近6,000万件,销售额约1,200亿元。

2025年全国建材家居市场迎来良好开局,根据中国建筑材料流通协会数据,全国建材家居景气指数(BHI)1月份为110.35,环比上涨1.53点,同比上涨0.46点。全国规模以上建材家居卖场1月销售额为1,095.27亿元,同比上涨3.09%。在以旧换新政策的拉动下,BHI环比微涨,市场展现出积极的发展态势。

3、公司所处行业地位

公司是国内市场中少数搭建了全国线下零售网络的大型、综合家居渠道商。公司是全国工商联家具装饰业商会执行会长单位,在市场中具有较高的认可度和美誉度,连续20年荣膺“北京十大商业品牌”,中国连锁经营协会发布的“2023年中国连锁TOP100”榜单第二名。作为中国泛家居行业头部企业,公司在服务口碑、品牌知名度、业务规模、商业模式及数智化转型等多个方面具有领先的竞争优势。公司采用“轻资产”连锁发展模式快速拓展全国市场,出租率、坪效等经营指标领先同行。

公司是中国家居零售行业全链路AI技术融合的先行者和标杆企业。公司率先在行业内开展数智化转型,将AI前沿技术深度融入设计、智能家居和智能家装,已完成“居然设计家”、“居然智慧家”和“洞窝”三大家居产业数智化平台的建设。公司将以AI设计为新的流量入口,以智能家装和智能家居为新的消费场景,以产业服务平台为数字化底座,成为家居消费新模式的领跑者。

公司实体商业第二增长曲线树立区域范本。公司在长春、武汉等城市已运营4家“中商世界里”购物中心,其中长春“中商世界里”仅用3年时间就进入长春市商业项目销售额的前5名。公司在购物中心运营上围绕“数字化”、“智能化”和“内容IP”形成了独特的竞争力和经营特色。公司经营的现代百货和超市零售业务在湖北省区域内具有较高的知名度。

3、主要会计数据和财务指标

(1)近三年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

□是 √否

单位:元

	2024年末	2023年末	本年末比上年末增减	2022年末
总资产	49,675,287,134.19	53,681,287,572.66	-7.46%	53,389,198,346.72
归属于上市公司股东的净资产	20,215,693,483.18	19,929,678,846.59	1.44%	19,771,353,856.23
	2024年	2023年	本年比上年增减	2022年
营业收入	12,986,913,209.23	13,512,033,573.51	-4.04%	12,982,569,565.46
归属于上市公司股东的净利润	769,372,444.98	1,300,245,170.79	-40.83%	1,647,941,656.59
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	890,307,909.94	1,230,074,329.47	-27.62%	1,696,640,638.80
经营活动产生的现金流量净额	2,634,712,489.62	3,835,671,776.37	-31.31%	3,794,973,398.11
基本每股收益(元/股)	0.12	0.21	-42.86%	0.25
稀释每股收益(元/股)	0.12	0.21	-42.86%	0.25
加权平均净资产收益率	3.83%	6.59%	-2.76%	8.52%

(2)分季度主要会计数据

单位:元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	3,136,687,198.95	3,210,226,075.08	3,132,230,773.29	3,486,769,161.91
归属于上市公司股东的净利润	349,125,033.99	253,617,503.18	129,030,747.83	151,382,816.57
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	373,082,172.76	301,603,698.52	141,643,149.00	187,762,545.95
经营活动产生的现金流量净额	318,582,263.89	751,196,344.03	732,258,698.56	832,676,183.14

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□是 √否

4、股本及股东情况

(1)普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前10名股东持股情况表

单位:股

报告期末普通股股东总数	74,504	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	128,432	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前10名股东持股情况(不含通过转融通出借股份)							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		
					股份状态	数量	
北京居然之家投资控股集团有限公司	境内非国有法人	26.37%	1,648,466,346	0	质押	375,000,000	
霍尔果斯慧鑫达建材有限公司	境内非国有法人	11.44%	715,104,702	0	质押	600,000,000	
北京金隅集团股份有限公司	国有法人	10.06%	628,728,827	0	不适用	0	
杭州趣月企业管理有限公司	境内非国有法人	9.68%	606,189,462	0	不适用	0	
汪林朋	境内自然人	5.95%	372,049,824	279,037,368	不适用	0	
杭州趣云新领投权投资基金合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	4.61%	288,430,465	0	不适用	0	
泰康人寿保险有限责任公司	境内非国有法人	4.38%	273,237,262	0	不适用	0	
天津睿通投资管理合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	2.48%	154,776,645	0	不适用	0	
武汉商联(集团)股份有限公司	国有法人	1.66%	103,627,794	0	不适用	0	
中信资管-工商银行-中信资产-点睛非凡23号资产管理产品	其他	0.80%	50,000,000	0	不适用	0	
上述股东关联关系或一致行动的说明	北京居然之家投资控股集团有限公司、汪林朋、霍尔果斯慧鑫达建材有限公司为一致行动人;杭州趣月企业管理有限公司和杭州趣云新领投权投资基金合伙企业(有限合伙)为一致行动人;未知其他股东之间关联关系。						
参与融资融券业务股东情况说明(如有)	无						

持股5%以上股东、前10名股东及前10名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

□适用 √不适用

前10名股东及前10名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

□适用 √不适用

(2)公司优先股股东总数及前10名优先股股东持股情况表

□适用 √不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3)以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系

5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

□适用 √不适用

三、重要事项

1、为进一步完善公司治理结构,建立健全公司长期、有效的激励约束机制,完善公司薪酬考核体系,构建股东与员工之间的利益共享、风险共担机制,充分调动公司员工的主动性和创造性,依据《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《关于上市公司实施员工持股计划试点的指导意见》及《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第1号——主板上市公司规范运作》等有关法律、行政法规、规章、规范性文件和《公司章程》的规定,并结合公司实际情况,公司于2023年2月15日、3月7日分别召开第十一届董事会第二次会议、第十届监事会第二次会议和2023年第一次临时股东大会,审议通过《居然之家新零售集团股份有限公司第一期员工持股计划(草案)》及其摘要,以及《居然之家新零售集团股份有限公司第一期员工持股计划管理办法》。具体情况请见公司于2023年2月17日、2023年3月8日在公司指定信息披露网站披露的《第十一届董事会第二次会议决议公告》(公告编号:临2023-005)、《第十届监事会第二次会议决议公告》(公告编号:临2023-006)、《2023年第一次临时股东大会会议决议的公告》(公告编号:临2023-009)等相关公告。

公司第一期员工持股计划第一次持有人会议于2023年8月7日以通讯表决的方式召开,审议通过了《关于设立第一期员工持股计划管理委员会的议案》、《关于选举第一期员工持股计划管理委员会委员的议案》和《关于授权公司第一期员工持股计划管理委员会办理与员工持股计划相关事项的议案》等3项议案。(具体情况请见公司于2023年8月9日在公司指定信息披露网站披露的《第一期员工持股计划第一次持有人会议决议公告》(公告编号:临2023-048)。)

进展情况:本次员工持股计划第一个解锁期已于2024年3月24日届满,拟解锁比例为本次员工持股计划持股总数的25%。公司层面业绩考核:公司2023年度销售额(GMV)总额为1,176亿元,较2022年度销售额(GMV)同比增长11.7%,2023年度销售额(GMV)增长率同比不低于10%。因此,本员工持股计划第一个解锁期的公司层面业绩考核要求已成就。个人层面绩效考核:员工持股计划持有人个人层面的年度绩效考核由公司人力行政部门根据个人所在的业务板块业绩完成情况及职能绩效情况,按公司各年内部考核相关制度考核确认。根据公司个人绩效考核制度评定,本员工持股计划第一个解锁期有4,293名持有人的个人层面绩效考核指标已成就,对应公司股票8,603,433股,占公司目前总股本的0.14%。本次员工持股计划第一个解锁期届满的解锁情况详见公司于2024年3月23日、2024年8月30日在巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)上披露的《关于第一期员工持股计划第一个锁定期届满的提示性公告》(公告编号:临2024-009)、《关于第一期员工持股计划第一个锁定期解锁条件成就的公告》(公告编号:临2024-042)。

截至2024年12月31日,公司第一个解锁期符合解锁条件的部分股份非交易过户已办理完成,非交易过户股份数量合计8,226,940股。

2、公司于2024年7月18日、2024年8月5日分别召开公司第十一届董事会第十一次会议、第十届监事会第十一次会议以及2024年第二次临时股东大会,审议通过了《关于公司以集中竞价交易方式回购部分社会公众股份方案(第三期)的议案》。同意公司使用自有资金通过深圳证券交易所交易系统以集中竞价交易方式回购部分公司A股社会公众股份,本次回购的股份将用于实施员工持股计划或股权激励。公司拟用于本次回购股份的资金总额为不低于人民币3,000万元(含)且不超过人民币5,000万元(含),回购价格不超过人民币350元/股。本次回购股份的实施期限自公司股东大会审议通过最终回购股份方案之日起不超过12个月。具体内容详见公司分别于2024年7月19日、2024年8月7日在巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)上披露的《关于公司以集中竞价交易方式回购部分社会公众股份方案(第三期)的公告》(公告编号:临2024-034)、《关于以集中竞价交易方式回购部分社会公众股份(第三期)的回购报告书》(公告编号:临2024-040)。

进展情况:公司于2024年10月9日首次通过股份回购专用证券账户以集中竞价交易方式实施股份回购,回购股份数量为578,100股,约占公司总股本的0.01%,最高成交价为2.75元/股,最低成交价为2.73元/股,成交总金额为1,586,225元(不含交易费用)。具体内容详见公司于2024年10月10日在巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)上披露的《关于第三期回购股份首次实施回购暨回购股份进展的公告》(公告编号:临2024-048)。

2024年10月9日至2024年11月13日,通过回购专用证券账户以集中竞价交易方式累计回购公司股份17,250,500股,约占公司总股本的0.27%,最高成交价为3.06元/股,最低成交价为2.73元/股,成交总金额为人民币49,999,711.39元(不含交易费用)。公司本次回购股份金额达到回购股份方案中回购资金总额的下限,未超过回购资金总额上限,本次回购股份已实施完成,符合公司既定的回购股份方案要求,且符合相关法律法规的要求。具体内容详见公司于2024年11月15日在巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)上披露的《关于公司回购股份(第三期)实施完成暨股份变动公告》(公告编号:临2024-056)。

3、公司分别于2024年11月20日、2024年12月6日召开第十一届董事会第十四次会议、第十届监事会第十四次会议和2024年第四次临时股东大会,审议通过了《关于变更回购股份用途的议案》,同意对公司2024年第二次临时股东大会审议通过的《关于公司以集中竞价交易方式回购部分社会公众股份方案(第三期)的议案》中回购的17,250,500股股份用途由“实施员工持股计划或者股权激励”变更为“用于注销并相应减少公司注册资本”;审议通过了《关于注销回购股份减少公司注册资本并相应修改(公司章程)的议案》,同意将公司回购专用证券账户中剩余的第二期回购股份18,197,646股及第三期回购股份17,250,500股,合计35,448,146股除存股份全部予以注销,相应减少公司注册资本并修改《居然之家新零售集团股份有限公司章程》。具体内容详见公司于2024年11月21日、2024年12月7日在巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)上披露的《关于变更回购股份用途的公告》(公告编号:临2024-061)、《关于注销回购股份减少公司注册资本并相应修改(公司章程)的公告》(公告编号:临2024-062)、《2024年第四次临时股东大会会议决议公告》(公告编号:临2024-068)、《关于注销回购股份减少公司注册资本暨通知债权人的公告》(公告编号:临2024-070)等公告。

进展情况:公司本次注销的回购股份数量为35,448,146股,占公司本次回购股份注销前总股本的0.56%,经中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司审核确认,公司本次回购股份注销事宜已于2024年12月18日办理完成。公司本次注销完成后,公司总股本由6,287,288,273股变更为6,251,840,127股。具体内容详见公司于2024年12月20日在巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)上披露的《关于回购股份注销完成暨股份变动的公告》(公告编号:临2024-076)。

4、公司于2024年11月20日、2024年12月6日分别召开公司第十一届董事会第十四次会议、第十届监事会第十四次会议以及2024年第四次临时股东大会,审议通过了《关于公司以集中竞价交易方式回购部分社会公众股份方案(第四期)的议案》。同意公司使用自有资金或自筹资金通过深圳证券交易所交易系统以集中竞价交易方式回购公司部分A股社会公众股份,本次回购的股份将全部予以注销并减少公司注册资本。公司拟用于本次回购股份的资金总额为不低于人民币5,000万元(含)且不超过人民币10,000万元(含),回购价格不超过人民币4.15元/股。本次回购股份的实施期限自公司股东大会审议通过最终回购股份方案之日起不超过12个月。具体内容详见公司分别于2024年11月21日、2024年12月7日在巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)上披露的《关于公司以集中竞价交易方式回购部分社会公众股份方案(第四期)的公告》(公告编号:临2024-060)、《关于以集中竞价交易方式回购部分社会公众股份(第四期)的回购报告书》(公告编号:临2024-069)。

进展情况:公司于2024年12月9日首次通过股份回购专用证券账户以集中竞价交易方式实施股份回购,回购股份数量为6,012,813股,约占公司总股本的0.10%,最高成交价为3.26元/股,最低成交价为3.21元/股,成交总金额为19,443,603.73元(不含交易费用)。具体内容详见公司于2024年12月10日在巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)上披露的《关于第四期回购股份首次实施回购的公告》(公告编号:临2024-072)。

截至2024年12月31日,公司于2024年12月9日至2024年12月31日期间通过回购专用证券账户以集中竞价交易方式累计回购公司股份24,791,313股,约占当时公司总股本的0.40%,最高成交价为4.14元/股,最低成交价为3.21元/股,成交总金额为人民币89,702,877.73元(不含交易费用)。公司回购股份金额已达到本次回购股份方案中回购资金总额的下限,未超过回购资金总额上限,本次回购股份已实施完成,符合公司既定的回购股份方案要求,且符合相关法律法规的要求。具体内容详见公司于2024年12月20日在巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)上披露的《关于公司回购股份(第四期)实施完成暨股份变动公告》(公告编号:临2024-078)。

2025年1月10日,经中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司审核确认,公司回购股份24,791,313股完成注销。具体内容详见公司于2025年1月14日在巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)上披露的《关于公司回购股份(第四期)注销完成暨股份变动公告》(公告编号:临2025-002)。

四、季度财务报表

(一)财务报表

为了更加真实、准确、客观地反映公司的财务状况和资产价值,根据《企业会计准则》、《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第1号——主板上市公司规范运作》及公司会计政策的规定,公司对截至2024年12月31日相关资产价值出现的减值迹象进行了全面清查,对各项资产是否存在减值进行了评估和分析。

公司2024年度合并报表中计提资产减值准备合计为人民币281,688,460.40元,具体明细如下:

单位:元

项目	本年计提金额	本年转回金额	本年核销金额
应收账款坏账准备	132,391,283.69	-	28,320,033.62
其他应收款坏账准备	3,271,192.65	-	-
应收保理款减值准备	2,686,761.75	-	-
长期应收款减值准备	880,044.66	369,383.59	-
发放贷款减值准备	10,546,073.53		-
合同资产减值准备	-	397,099.47	-
长期待摊费用减值准备	-	-	16,116,855.14
存货跌价准备	-	-	109,552.95
固定资产减值准备	-	-	19,271,605.29
商誉减值准备	131,913,104.12		-
合计	281,688,460.40	766,483.26	63,918,107.00

公司对全资子公司北京居然之家家居连锁有限公司的长期股权投资计提长期股权投资减值准备12,689,918,748.87元,本项计提不影响合并报表利润总额。

本次计提的资产减值准备计入的报告期间为2024年1月1日至2024年12月31日,公司本次计提的资产减值准备已经会计师事务所审计,与公司2024年度审计报告中数据一致。

二、计提资产减值准备的原因和计提情况

(一)以摊余成本计量的金融资产及合同资产减值准备

根据《企业会计准则》及公司会计政策,公司对于以摊余成本计量的金融资产、合同资产、应收保理款和发放贷款等,以预期信用损失为基础确认损失准备。通过上述分析和减值测试,2024年度计提应收账款坏账准备、其他应收款坏账准备、应收保理款减值准备、长期应收款减值准备及发放贷款减值准备分别为人民币132,391,283.69元、3,271,192.65元、2,686,761.75元、880,044.66元及10,546,073.53元。2024年度转回长期应收款减值准备及合同资产减值准备分别为人民币359,383.59元及397,099.67元,转回应收账款坏账准备、其他应收款坏账准备、应收保理款减值准备及发放贷款减值准备均为人民币0元。2024年度核销应收账款减值准备人民币28,320,033.62元,核销其他应收款坏账准备、应收保理款减值准备、长期应收款减值准备、发放贷款减值准备及合同资产减值准备均为人民币0元。

(二)存货跌价准备

存货跌价准备按存货成本高于其可变现净值的差额计提。可变现净值按日常活动中,以存货的估计售价减去估计的销售费用以及相关税费后的金额确定。2024年度计提存货跌价准备人民币0元,核销存货跌价准备的金额为人民币109,552.95元。

(三)非流动资产减值准备

根据《企业会计准则第8号——资产减值》规定,公司对于固定资产、在建工程、使用权资产、使用寿命有限的无形资产、长期待摊费用及对于公司、合营企业、联营企业的长期股权投资等,于资产负债表日存在减值迹象的,进行减值测试;尚未达到可使用状态的无形资产,无论是否存在减值迹象,至少每年进行减值测试。减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的,按其差额计提减值准备并计入资产减值损失。可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。在财务报表中单独列示的商誉,无论是否存在减值迹象,至少每年进行减值测试。减值测试时,商誉的账面价值分摊至预期从企业合并的协同效应中受益的资产组或资产组组合。测试结果表明包含分摊商誉的资产组或资产组组合的可收回金额低于其账面价值的,确认相应的减值损失。2024年度计提商誉减值准备的金额为人民币131,913,104.12元,因确定购买对价的预计未来现金流量所对应的资产组一北京未来广场于2024年1月停止营业,所以对原资产组分摊的商誉进行减值。计提长期待摊费用减值准备及固定资产减值准备金额为人民币0元,2024年度核销长期待摊费用减值准备及固定资产减值准备的金额分别为人民币16,116,855.14元及人民币19,371,665.29元。

公司对全资子公司北京居然之家家居连锁有限公司的长期股权投资出现减值迹象,对其进行了减值测试,经比较该长期股权投资的公允价值减去处置费用后的净额和预计未来现金流量的现值后,采用公允价值减去处置费用后的净额确定其可收回金额,计提长期股权投资减值准备12,689,918,748.87元,不影响合并报表利润总额。

三、本次计提资产减值准备及核销资产对公司的影响

公司于2024年度在合并报表层面计提上述各类资产减值准备共计人民币281,688,460.40元,转回及核销各类资产减值准备人民币共计64,674,590.26元,其中转回各类资产减值准备人民币756,483.26元,核销各类资产减值准备人民币63,918,107.00元,减值准备科目变动减少公司2024年度合并报表利润总额人民币280,931,977.14元。

公司于2024年度在公司层面计提减值不影响合并报表利润总额。

四、董事会关于本次计提资产减值准备及核销资产的合理性说明

公司董事会认为:公司本次计提资产减值准备依据《企业会计准则》的相关规定,基于谨慎性原则,公允地反映了公司资产状况,符合公司实际情况,具有合理性,不存在损害公司和中小股东合法权益的情况。

五、独立董事关于本次计提资产减值准备及核销资产的意见

公司独立董事认为:本次计提资产减值准备符合《企业会计准则》和公司相关会计政策的规定,能够公允反映公司的财务状况以及经营成果,不存在损害公司和中小股东合法权益的情况。同意公司本次计提资产减值准备。

六、监事会关于本次计提资产减值准备及核销资产的合理性说明

公司监事会认为:公司本次计提和转回资产减值准备及核销资产是基于谨慎性原则而作出的,公司董事会审议《关于公司2024年度计提和转回减值准备及核销资产的议案》的程序符合相关法律、法规和《公司章程》的规定,依据充分。本次计提和转回减值准备及核销资产后的财务报表能够更加公允地反映公司的财务状况及经营成果,使公司资产价值的会计信息更加真实可靠,具有合理性,不会对公司的正常经营产生重大影响,不存在损害公司和全体股东利益的情形。同意本次计提资产减值准备及核销资产。

七、备查文件

1、《居然智家新零售集团股份有限公司第十一届董事会第十八次会议决议》;

2、《居然智家新零售集团股份有限公司第十一届董事会审计委员会第十九次会议决议》;

3、《居然智家新零售集团股份有限公司第十一届董事会薪酬与考核委员会第十七次会议决议》;

4、《居然智家新零售集团股份有限公司第十一届董事会2025年第三次独立董事专门会议决议》;

特此公告

居然智家新零售集团股份有限公司董事会

2025年4月29日

证券代码:000785　证券简称:居然智家　公告编号:临2025-033

居然智家新零售集团股份有限公司关于公司2024年度计提减值准备及核销资产的公告

本公司及除董事长汪林朋先生外的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。

居然智家新零售集团股份有限公司(以下简称“公司”)于2025年4月29日召开第十一届董事会第十八次会议、第十届监事会第十七次会议,审议通过了关于公司2024年度计提资产减值准备及核销资产的相关事项,该议案需提交公司2024年年度股东大会审议,现将有关情况公告如下:

一、2024年度计提资产减值准备及核销资产情况概述

为保证居然智家新零售集团股份有限公司(以下简称“公司”)及下属子公司日常经营及业务发展需要,提高公司决策效率,保证资金需求,2025年4月29日,公司第十一届董事会第十八次会议审议通过了《关于公司及子公司2025年度担保额度预计的议案》,同意2025年度公司为下属子公司、下属子公司之间以及子公司为合并报表范围外