证券代码:002678　证券简称:珠江钢琴　公告编号:2026-007

广州珠江钢琴集团股份有限公司

【2025】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

公司计划不派发现金红利,不送红股,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	珠江钢琴	股票代码	002678
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	杨小强	李翔娜	
办公地址	广州市增城区永宁街香山大道38号1号楼、厂房（自编号3号楼）	广州市增城区永宁街香山大道38号1号楼、厂房（自编号3号楼）	
传真	020-81505815	020-81505815	
电话	020-81514020	020-81514020	
电子信箱	yxx@prpiano.com	ldx@prpiano.com	

2、报告期主要业务或产品简介

报告期内,公司始终坚持"一坚持,三转变"战略规划,锁定"强管理、去库存、抢赛道、求生存"工作主线,积极应对乐器消费市场、行业深度调整的挑战,依托核心品牌优势,深耕钢琴主业,加速文旅研学、演艺灯光等多元赛道布局,拓展多元业务版图,培育发展新动能,稳步推进公司从文化制造业向文化服务业转型升级。公司已连续18年被认定为"国家文化出口重点企业",行业地位持续巩固。在2025中国品牌价值评价信息中,珠江钢琴品牌强度达917,品牌价值达514亿元,品牌影响力持续提升,核心竞争力进一步夯实。

（一）钢琴及其延伸业务

1、创新驱动提质,营销赋能增效

（1）科技赋合创新,强化产品核心竞争力

面对行业消费市场、大宗乐器支出意愿变化的外部环境,公司多措并举,稳经营、提品质、拓市场。持续优化产品矩阵,聚焦高端化和智能化升级,2025年新增钢琴产品型号47个,其中巴德钢琴C-53、珠江DO100、舒密尔-P123SE等多款钢琴获评2025年上海国际乐器展全球业界新品首发活动"最佳新品"称号。围绕传统钢琴工艺与智能技术的融合创新,公司大力发展跨界钢琴产品,新推出的C101B、DO100等款跨界钢琴搭载公司自主研发的智能系统,采用巴德傲演奏级三角钢琴音源与多单元声学设计,高度还原专业演奏音色,配备实木击弦机与重锤键盘,触感媲近传统钢琴,可同时兼顾专业练习需求;具备LED灯光展弹提示、蓝牙连接、静音练琴、录音回放等功能,适配日录、教学、家庭等多场景使用。产品外观简约时尚、体积紧凑、无需调律、易保养,契合现代消费需求。公司以工艺+科技+场景创新,聚焦高端化与智能化升级,持续丰富产品矩阵,提升用户体验与市场竞争力。

此外,公司持续开展技术攻关工作,提升钢琴共鸣效果与演奏性能,报告期内共开展新材料、新工艺改进试验206项,推进水性漆等环保涂料和竹材等新型材料的应用技术,为后续生产技术升级奠定坚实基础,强化产品核心竞争力。2025年获得中国乐器行业"创新调整年"先进单位,"中国乐器行业专利成果一等奖",为钢琴业务高质量发展提供坚实支撑。

（2）多元营销发力,推动内外贸提质增效

营销端供助电商大促、线下直销活动、乐器展会、政企地推、投标市场与集成采购项目等多元形式不断拓展国内市场,扩大品牌触达范围与社群用户规模;同时深耕东南亚、中亚、南美等海外新兴市场,依托美国NAMM乐器展、巴西圣保罗乐器展、新加坡2025年度亚太区经销商会议等国际展会与海外经销商网络,挖掘海外市场潜力,提升品牌国际影响力,稳固全球市场地位,持续发挥核心业务根基作用。

2、协同赋能发展,打造教育服务标杆

以"培训+销售"协同发展为核心,持续优化业务布局与服务体系。公司依托全资子公司文教公司,推进珠江钢琴艺术中心市场布局。报告期内新设创梦园校区(珠江钢琴乐器超市),采用展区与校区融合模式,融合乐器展销、音乐教育、艺术体验与文化沙龙,以"全品类、一站式、沉浸式"的理念,为访客开启了音乐生活新体验,艺术中心成立半年来,通过"线下体验+线上直播"双线赋能,线下累计接待访客数千人次,线上直播赋能累计观众超数十万,实现教学场景与产品展示的高效联动。艺术中心推进课程多元化与特色化开设,打破单一钢琴培训局限,同步配套钢琴、电吹管、民乐、老年合唱团等多品类教学服务,扩大客户群体范围、提升学员粘性。同时,文教公司持续深化校企合作,与星海音乐学院同乐系、广州理工学院音乐舞蹈学院、广东省外语艺术职业学院、广东外语外贸大学南国商学院艺术学院等多所高校建立起稳固的合作关系,联合共建高水平的"教学实践"基地,通过共建实践平台,为院校师生提供艺术实践与产业对接机会,同时社大公司师资力量,2025年,珠江钢琴艺术中心文旅路宣营校区入选首批"广东品牌名店",珠江钢琴乐器超市艺术空间荣膺广州"CREATIVE GUANGZHOU文化创意100类空间榜单,树立了教育服务行业标杆形象,提升品牌行业影响力。

2025年,文教公司首度承办"乐海杯"民族器乐大赛广州赛区初赛,吸引众多扬琴、古筝、琵琶、二胡等国乐选手齐聚一堂,竞展民族音乐风华。同时以"2025珠江·巴德傲国际青少年钢琴大赛"为抓手,联动全国分赛区开展大师课、音乐会、音乐讲座等配套活动,以赛事为纽带,赋能培训业务推广,推动艺术教育普及与乐器销售双向赋能。

3、延伸产业链条,培育多元增长动能

依托珠江钢琴在木材加工、漆面工艺、数码乐器业务的产学技术积累,智能制造等方面的核心优势,积极推进产业链横向延伸、拓展采具、音响产品,与主业形成协同效应。报告期内,公司新开发音箱型号73款,音箱成品8款,其中有线耳机1款和无线麦克风1款,相关产品亮相美国NAMM乐器展,广州国际灯光音响展等国要场合,通过参展、定向推广等模式,精准覆盖核心受众,强化品牌曝光,助力业务拓展与渠道建设。采具拉拔器等"工程项目+美学设计+定制产品+高定门板"四大方向精准发力,广州美院开展合作设计开发,成功打造"斑马系列""东方美学系列"和"夏梦乐器系列"三大产品系列,2025年新开发采具近10款,通过构建"工程项目为核心,定制化沙龙为辅助"的营销长板,拿售方补贴,采具板块完成从0突破到8项工程业务的跨越转化,进一步精准对接家用市场需求,系统性推进渠道建设工作,推动业务从培育期向成长期过渡,完善公司多元消费品类布局,培育新的盈利增长点。

4、构建文化生态,赋能品牌升级

公司大力构建音乐文化活动生态圈,以文化活动赋能品牌发展,提升品牌文化内涵。2025年举办"2025珠江·巴德傲国际青少年钢琴大赛"(创新改制大赛赛事规则,在每内外市场超200个分赛区,吸引近2万名选手参与选拔,赛事成功入选"中国乐器行业新旧时"品牌活动中影响力榜单,进一步通过赛事赋能品牌文化发展,扩大品牌国际影响力。2025年11月,公司主研发的"珠江导"梦幻水流三角钢琴给奥利十五运开幕式,以匠心设计与艺术呈现,展现公司在高端乐器研发与创新设计上的核心能力,彰显民族钢琴的综合实力与行业影响力;是公司技术创新与文化赋能,助力粤港澳文化交流的重要实践。报告期内,公司通过主办、承办、协办、赞助、乐器支持等方式开展线下活动336余场,奖学金活动40场;借点承办第十五届中国音乐金钟奖广东选拔赛、广州市职工合唱大赛等重磅活动,协办2025年广州国际灯光节,参与兰州国际钢琴艺术周,鼓励钢琴艺术周等特色活动,为广东城市文化建设与文化高质量发展持续注入动力。

5、优化固区布局调整,盘活存量资产增效。

2025年公司增城园区通过工艺布局优化调整,完成大剧厂厂区厂房面积23,000平方米搬迁和增城园区5号楼的整体搬迁腾空并实现对外租赁,实现公司通过对整个厂区进行重新规划布局,完成场地腾空25,000平方米,截至2025年底,公司已实现近200,000平方米物业外租,有效盘活存量资产,提升资产运营效益。

（二）数码乐器业务:创新提质增效,构建完整生态

1、聚焦产品创新 斩获多项荣誉

集团控股子公司艾茉森公司紧跟市场消费趋势,持续优化营销策略,强化技术创新投入,积极构建完整的数码乐器生态链。报告期内,艾茉森公司强化产品研发创新,聚焦专业演奏、音乐教育及家用场景等的数码钢琴、折叠琴、电子鼓、电吹管等产品研发,全年共推出电钢琴、电吹管等45个新型号产品,其中T33智能弹唱钢琴凭借一键切换弹唱模式及自主研发弹唱APP等创新设计,荣获2025年上海国际乐器展全球业界新品首发活动"最佳新品"称号;艾茉森公司数码钢琴产品入选2025年老年用品推广目录,智能静音系统、艾茉森自研蓝牙传输功能的智能电子鼓系统(AD-33)入选轻工第十二批开展消费品名录,"重力按键盘类数码钢琴"入选中国教育装备行业2025年品牌案例(校园联试体育器材)。2025年,艾茉森公司电子琴、折叠琴产品销量突破1万台,实现突破性增长。

2、改坚模心技术 强化自主可控

艾茉森公司持续提升核心部件自主化水平,进一步夯实技术竞争优势,将自主研发的主板和键盘导入各系列产品,实现研发成果产业化转化。截至2025年底,自主主板导入率达26%,自主键盘导入率达46%,进一步提升核心零部件自主可控水平;完成新品类成果转化40个,产品全面覆盖招投标定制、外贸备货及线上线下全渠道,成功推出MIDI、VDP900等重点产品,进一步巩固数码乐器领域技术优势与市场竞争力。

3、深耕渠道布局 拓宽合作边界

艾茉森公司持续优化市场渠道布局,实现线上线下协同增长,联动高校、音乐协会等资源拓展细分赛道;与曼无际机器人公司达成战略合作,推动科技与音乐文化深度融合,为业务持续高质量发展注入新动能。

（三）拼台演艺灯光业务:布局全新赛道,驱动专业实力

1、战略布局新赛道 拓展视觉生态

近年舞台演艺灯光市场逐渐放量,为更好地助力公司迈向多元化、综合化的发展新阶段,实现公司文旅、音乐文化活动、周区运营等产业链的延伸与资源共享,2025年6月,公司以自有资金出资12,000万元人民币设立全资子公司宏洋明通公司,其项目研究院主要研究方向为接近乐器类灯光产品,并代表公司参与舞台灯光新赛道,以技术赋能实现从"听觉"领域的跨域延伸,构建听视觉联动的全新产业生态。

2、坚持技术创新 提升产品品质

宏洋明通公司压成立以来,坚持以技术创新为核心驱动力,持续提升核心新舞台灯新产品,助力专业演艺灯光品质实现新突破。其中,P15全防护型四合一摇头灯采用IP66全防护结构,搭配高性能电路系统,可适配室内外各类演出场景,通用性与稳定性突出。宏洋明通公司坚持"科技赋能文化艺术,专业服务社会公众"的发展理念,在全国范围内参与建设多项具有代表性的文化建立项目,以优质的光影系统解决方案,助力文化产业发展。

3、深化文旅协同,驱动品牌次力

公司将舞台灯光业务与目身文旅项目、音乐文化活动、周区运营深度协同,实现"音乐产业+舞台灯光"的资源共享与产业链延伸。2025年8月,宏洋明通公司与开封市万少山首览区有限公司签订了《设备采购安装项目合同》,开封市万少山首览区有限公司宏洋明通公司采购2元光源,演艺设备及设备的安装调试服务,合同总金额为1,830万元(人民币)。此外,宏洋明通公司于15四合一摇头电脑灯、P4光束摇头电脑灯全防护系列灯光产品先后参与亮相第十五届全国运动会开幕式,2026央视总台春晚,2026央视元宵晚会,广州国际灯光节等多项国家级及区域性重大文化活动,以高稳定性与高亮度光影表现,充分体现了宏洋明通公司产品在专业舞台灯光领域的技术实力,品牌影响力与市场竞争力。

（四）文旅业务:布局融合赛道,打造特色标杆

1、布局核心文旅项目,推动业态升级

公司积极响应国家文化旅游深度融合发展战略,深入贯彻党的二十大关于推进文旅融合发展的重要论述,紧扣广州市"百千万工程"部署要求,全力布局文旅业务新赛道,2025年4月,公司以自有资金20,000万元设立全资子公司文之旅公司,专责文旅产业投资运营与生态构建,深度挖掘音乐文化与旅游产业融合价值,依托公司钢琴主业核心优势,系统推进"艺术+文旅"战略落地。通过整合音乐IP、文化场景、旅游资源与生态载体,打造"创意山水+演绎文旅+科技体验"复合型艺术演艺文旅产品体系,为公司开辟高附加值发展新赛道,实现多元化战略布局,助力集团加快实现从"乐器制造"向"综合文化服务"战略转型。2025年8月,公司控股三级子公司白水寨公司成功竞得白水寨风景名胜区白水仙珠景区20年经营权,以"音乐赋能山水,文旅激活生态"为核心理念,规划总投资4亿元,致力将白水仙珠景区打造成为"南中国山水悦养旅居目的地"与艺术文旅融合示范标杆。在9729"山水交响"乐章新篇"签约仪式上,公司联合七大市属国企及金融、文旅、商业等多方机构,在运营管理、品牌推广、产品开发、客源引流、商业配套等领域协同发力,构建"艺、文、旅、体、商"深度融合发展生态,扎实推进联区基础设施改造、业态提升与招商引资,创新实施"全域联动、国企引领、村联联动、业态升级"发展模式,推动联区从单一观光游览向综合旅居度假转型,目文之旅公司接续推进联区从单一快速观光模式向"全天候体验"模式转型,以生态元素为纽带,通过"生态+文化+旅居"的发展路径,实现联区生态价值与经济价值的双向转化,最终实现联区高质量发展。

2、打造文旅商业新场景,塑造城市文化艺术新地标

以"音乐IP+城市空间+文旅场景"为创新方向,重构打造"珠江钢琴"钢琴藏品(城市艺术会客厅),作为公司探索文旅商业新模式、赋能城市公共文化的标杆载体,构建集艺术展示、音乐体验、文创零售、轻饮休闲、文化交流于一体的沉浸式文旅商业新场景,形成"艺术可观赏、可体验、可消费、可传播"的完整生态,同时以"音乐+文旅"模式实现商业价值与文化价值的双向赋能。目前,公司已成功入选"Creative Guangzhou 文化创意100类空间"榜单,成为区域辨识度高、示范性强的城市文化艺术新地标,为艺术空间标准化复制、跨区域文旅商业机制模式坚实基础。

3、打造研学与文创载体,丰富文旅内涵

文之旅公司高标准推进科研研学基地建设,依托集团工业资源与景区生态优势,建成珠江钢琴文化科技研学基地。基地自2025年11月20日正式揭牌运营以来,精心策划"走进珠江钢琴""走进珠江钢琴"系列科研研学,推广研学等特色主题活动,累计接待学生超2000人次,通过文化、科技、教育深度融合,打造集工业智造、自然生态、科创赋能于一体的三维育人平台,助力新时代素质教育高质量落地。同步强化文创产品创新研发,推出"小琴"AI智能公仔,以珠江DS191经典钢琴为原型,搭载智能语音交互系统,集名曲演奏、音乐科普、趣味互动于一体,成为艺术赋能消费的爆款文创产品。打造特色文旅线路,联动整合区域优质文旅资源,持续为学员产出更优质成果。

强化艺术赋能传播,提升品牌软实力,坚持以艺术为内核,以活动为载体,以场景为纽带,全方位提升品牌影响力与美誉度。报极参与粤港澳大湾区女子半程马拉松,云梦生活节,广州文旅潮玩大会等重大线下活动与专业媒体,集中展示珠江钢琴文创系列产品,拓展市场渠道与品牌知名度。组织珠江乐队走进社区机场、派遣"村晚"、华西文化艺术季等城市服务公益项目,以艺术文化阵地开展公益演出,用音乐艺术链接城市、联区与大众,以高品质艺术表演赋能文旅传播,持续提升品牌社会形象,不断增强品牌文化软实力与市场竞争力。

（五）民族器乐业务:深化战略合作,推动产业共赢

2025年2月,公司与乐海乐器有限公司签订《战略合作协议》,双方约定在产品生产制造、品牌建设与销售管理、渠道与资源共享方面开展深度合作,共同打造民族乐器行业标杆企业,推动中国民族民族乐器发展"百年复兴"的中国梦。2025年3月,公司与乐海企业管理咨询(沧州)有限公司共同设立合资公司乐海民族乐器发展(河北)有限公司,分实民族业务发展基础,整合双方优势资源。2025年10月,乐海乐器珠江钢琴生产基地在增城顺利落成并投产,新产线将乐海近百项专利沉淀的传统工艺与珠江钢琴的智能制造体系深度融合,助力民族产品质与生产效率双提升,推动民族乐器文化传承与创新。

（六）文化固区业务:创新运营模式,提升固区价值

1、创新IP运营,提升品牌影响

集团全资子公司文化固区公司的"文化IP+商业流量"运营机制,依托创梦园区内非遗集聚区、文化艺术名家工作室等资源,策划组织多样化的高质量活动。报告期内,文化固区公司组织策划"巡非遗过大年""珠江乐起·云聚创梦园"(即时创梦)直播入气赛活动等特色活动,以文化活动提升创梦园区影响力,通过线上新媒体与线下渠道协同宣传,园区各类宣传内容浏览量累计达60万次,品牌影响力持续提升。创梦园区被"粤港澳大湾区文化合作峰会机制"吸纳为新共建单位,成功获评"广州市越秀区创业孵化示范基地""越秀区区级文化创意产业园区",并获得"2025"广州首发空间20"、"2025"文化创意100类空间"等三项重要权威榜单认证,品牌知名度持续提升,行业认可度进一步提高。

2、创新招商模式,构建协同生态

文化园公司建立政府、商协会、专业机构多方联动的招商机制,与市文广旅局、荔湾区商促局等部门紧密联动,对接智克未来数万、MaoLivehouse等优质企业,拓宽客户渠道。截至2025年12月31日,创梦园区进驻企业超100家,出租率达90%以上。

为更好地配进文化与科技融合发展,公司在创梦园区投资建设新的文化科技产业大楼,该大楼已于2025年完成主体建设,预计2026年投入使用。文化园公司前瞻性布署招商工作,分实项目运营模式,制定招商方案,编制招商手册,扫描新版宣传片,主动对接行业协会及重点企业;组织招商团队参加全球招商大会、大湾区文化产业投资大会等10余场展会,精准开展靶向招商与资源对接,全面拓宽合作渠道,为大楼建成后实现高效落地,快速投运奠牢坚实保障。

（七）关联业务:完善服务体系,提升服务能力

1、优化服务模式,增强客户粘性

琴趣公司主动寻求变革,通过"91琴趣"公众号打造线上钢琴调律服务入口,优化运营与营销策略,推出多元化调律套餐,持续提升钢琴售后调律业务的服务质量与专业水平,进一步完善钢琴全生命周期服务体系,增强客户粘性与满意度。2025年累计完成575单调律服务订单。

2、完善资质体系,拓展服务边界

恒声公司积极拓展CQC和ROHS认证业务,顺利完成CMA检测资质换版和CNAS检测资质复审,资质体系持续完善,提升服务专业性与权威性;新增电子钢琴维修/调整技术培训课程,丰富培训业务品类,拓展服务范围;完善和编制广东省调律师工种社会评价的题库和资料等,实现新赛道突破与老业务升级并举,持续提升核心服务能力,助力行业规范化发展。

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

	2025年末	2024年末	本年末比上年末增减	2023年末
总资产	3,819,005,470.17	3,986,116,422.59	-4.19%	4,666,719,589.77
归属于上市公司股东的净资产	3,098,728,403.31	3,460,770,997.62	-10.20%	3,700,150,133.49
	2025年	2024年	本年比上年增减	2023年
营业收入	569,664,546.16	677,173,589.36	-15.88%	1,128,017,548.02
归属于上市公司股东的净利润	-373,970,022.14	-235,622,547.97	-58.72%	5,878,519.31
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-383,364,469.81	-235,424,842.73	-62.94%	-46,202,185.81
经营活动产生的现金流量净额	-134,913,888.57	-217,054,669.86	37.84%	-315,883,823.82
基本每股收益(元/股)	-0.29	-0.17	-64.71%	0.004
稀释每股收益(元/股)	-0.29	-0.17	-64.71%	0.004
加权平均净资产收益率	-11.43%	-6.59%	-4.84%	0.16%

（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	123,513,992.29	117,184,362.78	140,454,882.36	183,511,318.73
归属于上市公司股东的净利润	-51,684,454.06	-86,054,178.87	-80,469,917.62	-155,765,271.59
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-53,800,891.47	-84,770,922.30	-81,821,938.07	-162,970,717.97
经营活动产生的现金流量净额	-70,273,837.06	-21,781,234.07	-69,068,131.67	26,199,314.23

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	25,000	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	23,039	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	
广州市城市建设投资集团有限公司	国有法人	51.00%	692,743,365	0	不适用	0	
广州产业投资控股集团有限公司	国有法人	16.40%	222,776,956	0	不适用	0	
广东省财政厅	国有法人	7.49%	101,724,480	0	不适用	0	
广州新华城市发展产业投资企(有限合伙)	境内非国有法人	4.67%	63,414,633	0	不适用	0	
广州国有城市发展产业投资企(有限合伙)	境内非国有法人	3.84%	52,105,690	0	不适用	0	
深圳丁丁乐器有限公司	境内非国有法人	0.31%	4,160,400	0	不适用	0	
香港中央结算有限公司	境外法人	0.28%	3,810,566	0	不适用	0	
刘佳	境内自然人	0.21%	2,897,271	0	不适用	0	
夏惠阳	境内自然人	0.18%	2,510,000	0	不适用	0	
中国民生银行股份有限公司-金元顺安元启灵活配置混合型证券投资基金	其他	0.18%	2,458,400	0	不适用	0	
上述股东关联关系或一致行动的说明	广州新华城市发展产业投资企(有限合伙)、广州国有城市发展产业投资企业(有限合伙)的实际控制人同为广州市城市建设投资集团有限公司,因此广州市城市建设投资集团有限公司、广州新华城市发展产业投资企(有限合伙)与广州国有城市发展产业投资企业(有限合伙)构成一致行动人。 未知上述其他股东之间是否存在关联关系,也未知是否属于《上市公司信息披露管理办法》规定的一致行动人。						
参与融资融券业务股东情况说明(如有)	截至本报告期末,股东刘佳通过普通证券账户持有公司股份762,287股,通过客户信用交易担保证券账户证券公司转融通担保证券持有公司股票2,134,974股,合计持有公司股份2,897,271股。						

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

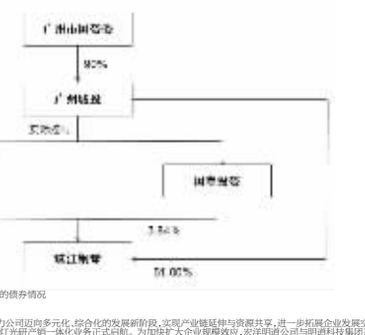
□适用 √不适用

（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

公司股份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

二、董事会

（一）2025年6月,为更好地助力公司迈向多元化、综合化的发展新阶段,实现产业链延伸与资源共享,进一步拓展企业发展空间,公司以1.2亿元自有资金设立全资子公司宏洋明通公司,其目的是为公司开展多元业务版图,培育发展新动能,稳步推进公司从文化制造业向文化服务业转型升级,公司已连续18年被认定为"国家文化出口重点企业",行业地位持续巩固。在2025中国品牌价值评价信息中,珠江钢琴品牌强度达917,品牌价值达514亿元,品牌影响力持续提升,核心竞争力进一步夯实。

（二）公司主要业务:以"一坚持,三转变"战略规划,锁定"强管理、去库存、抢赛道、求生存"工作主线,积极应对乐器消费市场、行业深度调整的挑战,依托核心品牌优势,深耕钢琴主业,加速文旅研学、演艺灯光等多元赛道布局,拓展多元业务版图,培育发展新动能,稳步推进公司从文化制造业向文化服务业转型升级。公司已连续18年被认定为"国家文化出口重点企业",行业地位持续巩固。在2025中国品牌价值评价信息中,珠江钢琴品牌强度达917,品牌价值达514亿元,品牌影响力持续提升,核心竞争力进一步夯实。

（一）钢琴及其延伸业务

1、创新驱动提质,营销赋能增效

（1）科技赋合创新,强化产品核心竞争力

面对行业消费市场、大宗乐器支出意愿变化的外部环境,公司多措并举,稳经营、提品质、拓市场。持续优化产品矩阵,聚焦高端化和智能化升级,2025年新增钢琴产品型号47个,其中巴德傲K-C3、珠江DO100,舒密尔-P123SE等多款钢琴获评2025年上海国际乐器展全球业界新品首发活动"最佳新品"称号。围绕传统钢琴工艺与智能技术的融合创新,公司大力发展跨界钢琴产品,新推出的C101B、DO100等款跨界钢琴搭载公司自主研发的智能系统,采用巴德傲演奏级三角钢琴音源与多单元声学设计,高度还原专业演奏音色,配备实木击弦机与重锤键盘,触感媲近传统钢琴,可同时兼顾专业练习需求;具备LED灯光展弹提示、蓝牙连接、静音练琴、录音回放等功能,适配日录、教学、家庭等多场景使用。产品外观简约时尚、体积紧凑、无需调律、易保养,契合现代消费需求。公司以工艺+科技+场景创新,聚焦高端化与智能化升级,持续丰富产品矩阵,提升用户体验与市场竞争力。

此外,公司持续开展技术攻关工作,提升钢琴共鸣效果与演奏性能,报告期内共开展新材料、新工艺改进试验206项,推进水性漆等环保涂料和竹材等新型材料的应用技术,为后续生产技术升级奠定坚实基础,强化产品核心竞争力。2025年获得中国乐器行业"创新调整年"先进单位,"中国乐器行业专利成果一等奖",为钢琴业务高质量发展提供坚实支撑。

（2）多元营销发力,推动内外贸提质增效

营销端供助电商大促、线下直销活动、乐器展会、政企地推、投标市场与集成采购项目等多元形式不断拓展国内市场,扩大品牌触达范围与社群用户规模;同时深耕东南亚、中亚、南美等海外新兴市场,依托美国NAMM乐器展、巴西圣保罗乐器展、新加坡2025年度亚太区经销商会议等国际展会与海外经销商网络,挖掘海外市场潜力,提升品牌国际影响力,稳固全球市场地位,持续发挥核心业务根基作用。

2、协同赋能发展,打造教育服务标杆

以"培训+销售"协同发展为核心,持续优化业务布局与服务体系。公司依托全资子公司文教公司,推进珠江钢琴艺术中心市场布局。报告期内新设创梦园校区(珠江钢琴乐器超市),采用展区与校区融合模式,融合乐器展销、音乐教育、艺术体验与文化沙龙,以"全品类、一站式、沉浸式"的理念,为访客开启了音乐生活新体验,艺术中心成立半年来,通过"线下体验+线上直播"双线赋能,线下累计接待访客数千人次,线上直播赋能累计观众超数十万,实现教学场景与产品展示的高效联动。艺术中心推进课程多元化与特色化开设,打破单一钢琴培训局限,同步配套钢琴、电吹管、民乐、老年合唱团等多品类教学服务,扩大客户群体范围、提升学员粘性。同时,文教公司持续深化校企合作,与星海音乐学院同乐系、广州理工学院音乐舞蹈学院、广东省外语艺术职业学院、广东外语外贸大学南国商学院艺术学院等多所高校建立起稳固的合作关系,联合共建高水平的"教学实践"基地,通过共建实践平台,为院校师生提供艺术实践与产业对接机会,同时社大公司师资力量,2025年,珠江钢琴艺术中心文旅路宣营校区入选首批"广东品牌名店",珠江钢琴乐器超市艺术空间荣膺广州"CREATIVE GUANGZHOU文化创意100类空间榜单,树立了教育服务行业标杆形象,提升品牌行业影响力。

2025年,文教公司首度承办"乐海杯"民族器乐大赛广州赛区初赛,吸引众多扬琴、古筝、琵琶、二胡等国乐选手齐聚一堂,竞展民族音乐风华。同时以"2025珠江·巴德傲国际青少年钢琴大赛"为抓手,联动全国分赛区开展大师课、音乐会、音乐讲座等配套活动,以赛事为纽带,赋能培训业务推广,推动艺术教育普及与乐器销售双向赋能。

3、延伸产业链条,培育多元增长动能

依托珠江钢琴在木材加工、漆面工艺、数码乐器业务的产学技术积累,智能制造等方面的核心优势,积极推进产业链横向延伸、拓展采具、音响产品,与主业形成协同效应。报告期内,公司新开发音箱型号73款,音箱成品8款,其中有线耳机1款和无线麦克风1款,相关产品亮相美国NAMM乐器展、广州国际灯光音响展等国要场合,通过参展、定向推广等模式,精准覆盖核心受众,强化品牌曝光,助力业务拓展与渠道建设。采具拉拔器等"工程项目+美学设计+定制产品+高定门板"四大方向精准发力,广州美院开展合作设计开发,成功打造"斑马系列""东方美学系列"和"夏梦乐器系列"三大产品系列,2025年新开发采具近10款,通过构建"工程项目为核心,定制化沙龙为辅助"的营销长板,拿售方补贴,采具板块完成从0突破到8项工程业务的跨越转化,进一步精准对接家用市场需求,系统性推进渠道建设工作,推动业务从培育期向成长期过渡,完善公司多元消费品类布局,培育新的盈利增长点。

4、构建文化生态,赋能品牌升级

公司大力构建音乐文化活动生态圈,以文化活动赋能品牌发展,提升品牌文化内涵。2025年举办"2025珠江·巴德傲国际青少年钢琴大赛"(创新改制大赛赛事规则,在每内外市场超200个分赛区,吸引近2万名选手参与选拔,赛事成功入选"中国乐器行业新旧时"品牌活动中影响力榜单,进一步通过赛事赋能品牌文化发展,扩大品牌国际影响力。2025年11月,公司主研发的"珠江导"梦幻水流三角钢琴给奥利十五运开幕式,以匠心设计与艺术呈现,展现公司在高端乐器研发与创新设计上的核心能力,彰显民族钢琴的综合实力与行业影响力;是公司技术创新与文化赋能,助力粤港澳文化交流的重要实践。报告期内,公司通过主办、承办、协办、赞助、乐器支持等方式开展线下活动336余场,奖学金活动40场;借点承办第十五届中国音乐金钟奖广东选拔赛、广州市职工合唱大赛等重磅活动,协办2025年广州国际灯光节,参与兰州国际钢琴艺术周,鼓励钢琴艺术周等特色活动,为广东城市文化建设与文化高质量发展持续注入动力。

5、优化固区布局调整,盘活存量资产增效。

2025年公司增城园区通过工艺布局优化调整,完成大剧厂厂区厂房面积23,000平方米搬迁和增城园区5号楼的整体搬迁腾空并实现对外租赁,实现公司通过对整个厂区进行重新规划布局,完成场地腾空25,000平方米,截至2025年底,公司已实现近200,000平方米物业外租,有效盘活存量资产,提升资产运营效益。

（二）数码乐器业务:创新提质增效,构建完整生态

1、聚焦产品创新 斩获多项荣誉

集团控股子公司艾茉森公司紧跟市场消费趋势,持续优化营销策略,强化技术创新投入,积极构建完整的数码乐器生态链。报告期内,艾茉森公司强化产品研发创新,聚焦专业演奏、音乐教育及家用场景等的数码钢琴、折叠琴、电子鼓、电吹管等产品研发,全年共推出电钢琴、电吹管等45个新型号产品,其中T33智能弹唱钢琴凭借一键切换弹唱模式及自主研发弹唱APP等创新设计,荣获2025年上海国际乐器展全球业界新品首发活动"最佳新品"称号;艾茉森公司数码钢琴产品入选2025年老年用品推广目录,智能静音系统、艾茉森自研蓝牙传输功能的智能电子鼓系统(AD-33)入选轻工第十二批开展消费品名录,"重力按键盘类数码钢琴"入选中国教育装备行业2025年品牌案例(校园联试体育器材)。2025年,艾茉森公司电子琴、折叠琴产品销量突破1万台,实现突破性增长。

2、改坚模心技术 强化自主可控

艾茉森公司持续提升核心部件自主化水平,进一步夯实技术竞争优势,将自主研发的主板和键盘导入各系列产品,实现研发成果产业化转化。截至2025年底,自主主板导入率达26%,自主键盘导入率达46%,进一步提升核心零部件自主可控水平;完成新品类成果转化40个,产品全面覆盖招投标定制、外贸备货及线上线下全渠道,成功推出MIDI、VDP900等重点产品,进一步巩固数码乐器领域技术优势与市场竞争力。

3、深耕渠道布局 拓宽合作边界

艾茉森公司持续优化市场渠道布局,实现线上线下协同增长,联动高校、音乐协会等资源拓展细分赛道;与曼无际机器人公司达成战略合作,推动科技与音乐文化深度融合,为业务持续高质量发展注入新动能。

（三）拼台演艺灯光业务:布局全新赛道,驱动专业实力

1、战略布局新赛道 拓展视觉生态

近年舞台演艺灯光市场逐渐放量,为更好地助力公司迈向多元化、综合化的发展新阶段,实现公司文旅、音乐文化活动、周区运营等产业链的延伸与资源共享,2025年6月,公司以自有资金出资12,000万元人民币设立全资子公司宏洋明通公司,其项目研究院主要研究方向为接近乐器类灯光产品,并代表公司参与舞台灯光新赛道,以技术赋能实现从"听觉"领域的跨域延伸,构建听视觉联动的全新产业生态。

2、坚持技术创新 提升产品品质

宏洋明通公司压成立以来,坚持以技术创新为核心驱动力,持续提升核心新舞台灯新产品,助力专业演艺灯光品质实现新突破。其中,P15全防护型四合一摇头灯采用IP66全防护结构,搭配高性能电路系统,可适配室内外各类演出场景,通用性与稳定性突出。宏洋明通公司坚持"科技赋能文化艺术,专业服务社会公众"的发展理念,在全国范围内参与建设多项具有代表性的文化建立项目,以优质的光影系统解决方案,助力文化产业发展。

3、深化文旅协同,驱动品牌次力

公司将舞台灯光业务与目身文旅项目、音乐文化活动、周区运营深度协同,实现"音乐产业+舞台灯光"的资源共享与产业链延伸。2025年8月,宏洋明通公司与开封市万少山首览区有限公司签订了《设备采购安装项目合同》,开封市万少山首览区有限公司宏洋明通公司采购2元光源,演艺设备及设备的安装调试服务,合同总金额为1,830万元(人民币)。此外,宏洋明通公司于15四合一摇头电脑灯、P4光束摇头电脑灯全防护系列灯光产品先后参与亮相第十五届全国运动会开幕式,2026央视总台春晚,2026央视元宵晚会,广州国际灯光节等多项国家级及区域性重大文化活动,以高稳定性与高亮度光影表现,充分体现了宏洋明通公司产品在专业舞台灯光领域的技术实力,品牌影响力与市场竞争力。

（四）文旅业务:布局融合赛道,打造特色标杆

1、布局核心文旅