

证券代码：002798

证券简称：帝欧家居

公告编号：2024-042

## 帝欧家居集团股份有限公司 2023 年年度报告摘要

## 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	帝欧家居	股票代码	002798
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	代雨	代雨	
办公地址	四川省成都市高新区天府大道中段天府三街 19 号新希望国际大厦 A 座 15 层	四川省成都市高新区天府大道中段天府三街 19 号新希望国际大厦 A 座 15 层	
传真	028-67996197	028-67996197	
电话	028-67996113	028-67996113	
电子信箱	daiyu@monarch-sw.com	daiyu@monarch-sw.com	

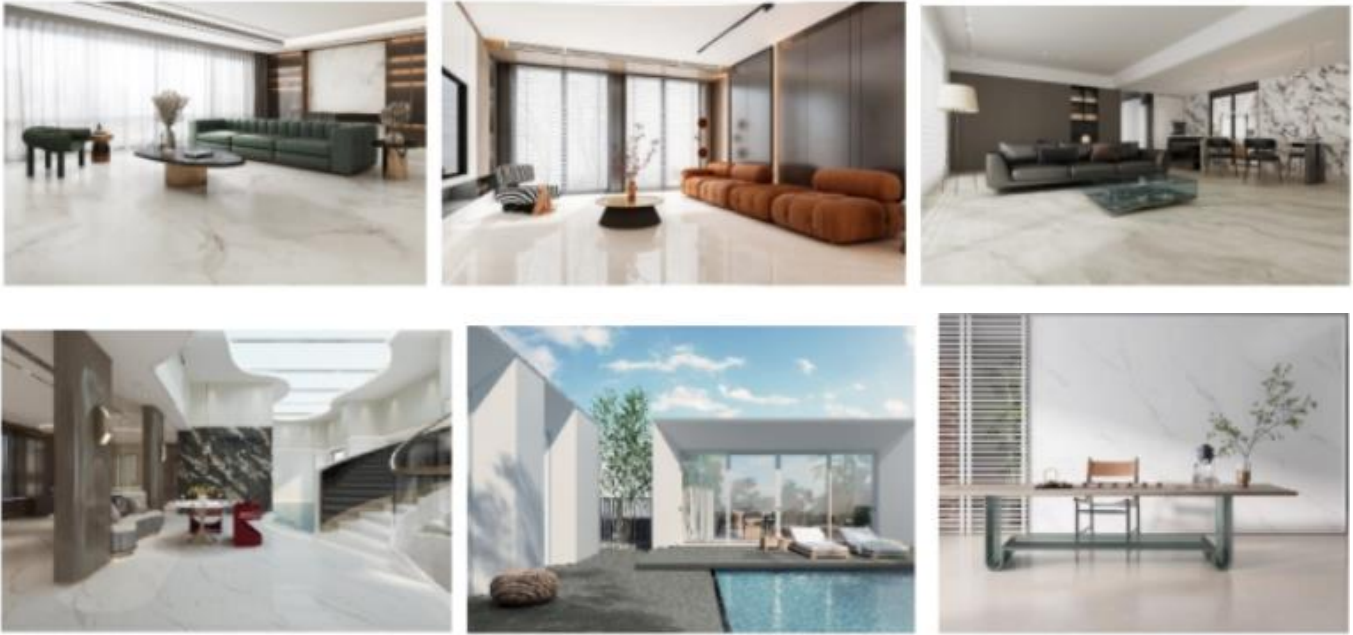
### 2、报告期主要业务或产品简介

#### （一）公司主营业务概述

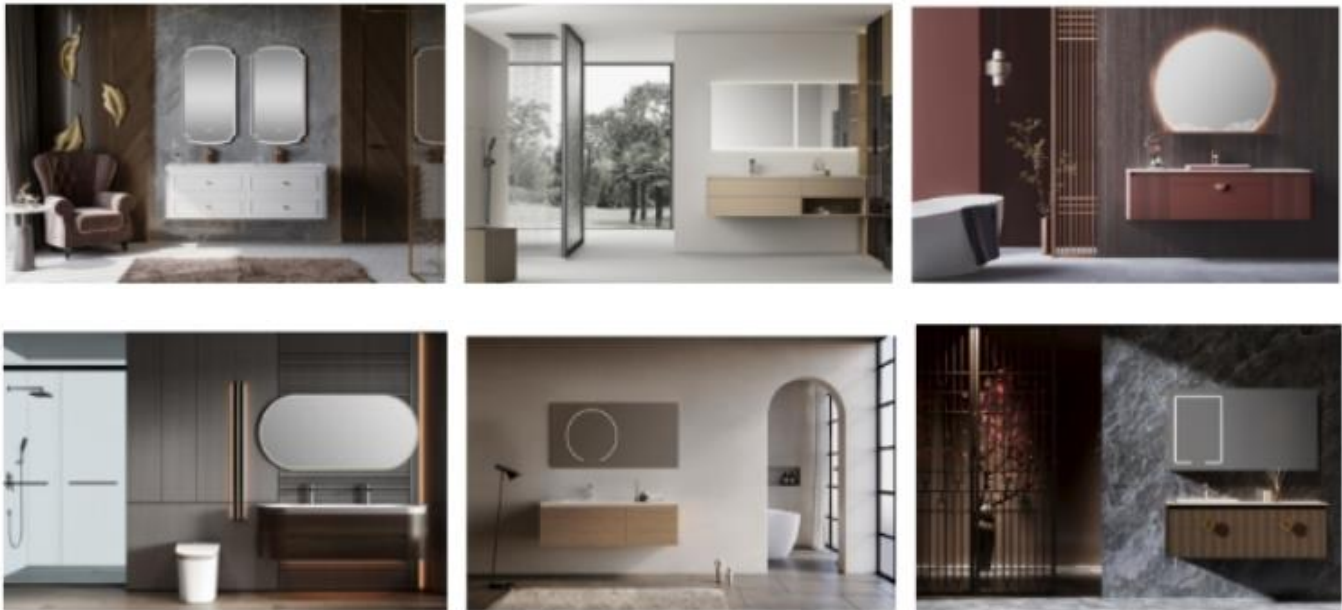
公司是国内领先的建筑陶瓷产品、卫浴产品的研发生产制造企业之一，旗下拥有“帝王”洁具、“欧神诺”陶瓷两大品牌，通过 30 年的持续经营和发展，公司产品涵盖瓷砖、卫浴的主要品类。公司始终坚持以高品质产品为核心，以匠心精神制造产品和消费者体验至上为宗旨，依托在瓷砖领域自建的“中央研究院”和卫浴领域的“国家级工业设计中心”并积极与国内外科研院所开展合作，持续研究探索新工艺、新功能、新技术、新设计，从感官设计、功能美学、工艺品质等多维度持续提升公司产品在设计研发、精细化生产、营销渠道等方面的综合竞争优势，持续为客户提供优质的产品与服务，致力于成为国内一流的整体家居装修产品解决方案的提供商和服务商。

#### （二）公司主要产品简介

瓷砖产品：公司瓷砖事业部主要经营国内高端瓷砖品牌“欧神诺”。26 年的韧道经营、守正创新，欧神诺已发展成为行业头部品牌。欧神诺生产包括中国玉、岩板、瓷砖、轻质幕墙陶瓷板、景观厚砖、人造石、马赛克、实验室陶瓷台面以及铺贴辅助材料等全品类产品。欧神诺以创新为核心驱动力，先后推出自主研发的雨花石、七星玉岩、微晶玉、析晶玉、普拉提、晶立方、铂金、宝玉、卡萨罗、蛋壳面水泥、中国玉等代表性产品。作为“精于细节工艺”的技术创新型品牌，欧神诺首创品类中国玉惊艳亮相，以东方美学，引领国际人居潮流，打造差异化、独特性，具有文化内涵的 IP 产品，建构强大的内在生存力，引领行业潮流新趋势。



**卫浴产品：**公司卫浴事业部主要经营国内高端卫浴品牌“帝王”洁具，专注生产、研发和销售高品质卫生洁具，产品涵盖浴室柜、坐便器、浴缸、淋浴房、五金等全卫（智能）精品。“帝王”洁具以“精于设计，享于科技”为品牌理念，坚守“以人为本”的初心，坚持“设计+科技”的创新，坚定“打造高品质卫浴”的决心，致力于做最懂消费者的卫浴专家，为消费者提供卫浴整体空间解决方案，为用户打造更加整洁、舒适、美观、享受的智能化卫浴空间。



### （三）主要经营模式

#### 1、采购模式

**自主生产的采购模式：**根据生产制造部门的生产计划，结合公司库存情况，向公司供应商库中的合格供应商进行招标采购。公司与主要的供应商建立长期的合作关系，通过年度框架协议合作协议等类似安排，以保证原材料的充分供应及价格的相对稳定。

**OEM 产品的采购模式：**公司 OEM 采购包括委托生产和承包合作两种方式，公司通过建立完善的外协加工供应商评审管理体系、生产过程及产品质量控制体系，保障公司 OEM 产品的品质及供应效率。同时公司积极探寻多种供应链合作模式保障产能供给。

#### 2、生产模式

公司产品的生产主要根据客户订单以及行业经验总结的日常备货来安排生产计划。公司在与客户签订的合同或订单

中详细约定产品类别、型号、价格、数量等要素，结合全年的销售计划及成本效益原则合理安排生产。同时对于市场需求较大的品种和花色，公司结合在行业多年来的供销经验，储备一定的日常备货，主要满足经销商及小部分自营工程客户的需求。

目前公司在全国总共拥有 6 个生产基地，其中瓷砖业务的生产基地分别位于广东佛山三水、江西景德镇和广西藤县，卫浴业务的生产基地分别位于重庆永川、成都东部新区，公司亚克力板业生产基地位于成都温江。

### 3、销售模式

公司产品销售主要以经销商网络和工程渠道销售为主，辅以电子商务、整装、家装以及互联网家装等渠道销售到终端客户。经销模式下，公司直接和经销商签订合同，由经销商将产品销售给终端客户，其中瓷砖业务经销商负责产品出厂后的运输、仓储、加工、销售、结算、售后服务等相关事宜。公司建立了完善的经销商管理体系：主要包括经销商选择、业务流程、经销商日常管理和营销政策支持等，并与各地区经销商建立了稳定的合作关系。公司持续凭借自营工程服务经验及先发优势，与国内优质大型房地产开发企业建立了持续、稳定的深入合作。

本报告期内，公司主营业务、主要产品和主要经营模式均未发生重大变化。

#### （四）公司主要业绩驱动因素

从公司产业链来看，在产品端持续创新提升、生产端不断优化降本、品控端把牢质量底线、渠道端深耕细作市场、客户端提升客户体验感受、品牌端不断积累美誉度等多个方面来驱动业绩增长。

## 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

追溯调整或重述原因

会计政策变更

元

	2023 年末	2022 年末		本年末比上年末增减	2021 年末	
		调整前	调整后		调整后	调整前
总资产	6,587,606,891.10	7,898,963,066.86	7,900,953,747.69	-16.62%	11,273,497,348.89	11,274,348,886.55
归属于上市公司股东的净资产	2,180,684,200.37	2,836,747,870.98	2,838,722,024.75	-23.18%	4,544,800,555.59	4,545,616,720.58
	2023 年	2022 年		本年比上年增减	2021 年	
		调整前	调整后		调整后	调整前
营业收入	3,760,453,033.29	4,112,036,002.60	4,112,036,002.60	-8.55%	6,147,025,768.10	6,147,025,768.10
归属于上市公司股东的净利润	-658,098,088.56	-1,508,681,194.69	-1,507,523,205.91	56.35%	69,116,024.02	69,932,189.01
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-638,689,693.57	-1,508,572,848.66	-1,507,414,859.88	57.63%	72,501,645.35	73,317,810.34
经营活动产生的现金流量净额	492,946,190.91	99,403,367.39	99,403,367.39	395.90%	-148,051,584.75	-148,051,584.75
基本每股收益（元/股）	-1.78	-3.91	-3.91	54.48%	0.18	0.18
稀释每股收益（元/股）	-1.78	-3.91	-3.91	54.48%	0.18	0.18
加权平均净资产	-26.22%	-40.94%	-40.90%	增加 14.68 个	1.61%	1.63%

收益率				百分点	
-----	--	--	--	-----	--

会计政策变更的原因及会计差错更正的情况

公司自 2023 年 1 月 1 日起执行《企业会计准则解释第 16 号》“关于单项交易产生的资产和负债相关的递延所得税不适用初始确认豁免的会计处理”的规定：

财政部于 2022 年 11 月 30 日公布了《企业会计准则解释第 16 号》（财会〔2022〕31 号，以下简称“解释第 16 号”），其中“关于单项交易产生的资产和负债相关的递延所得税不适用初始确认豁免的会计处理”的规定自 2023 年 1 月 1 日起施行。

解释第 16 号规定，对于不是企业合并、交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）、且初始确认的资产和负债导致产生等额应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异的单项交易（包括承租人在租赁期开始日初始确认租赁负债并计入使用权资产的租赁交易，以及因固定资产等存在弃置义务而确认预计负债并计入相关资产成本的交易等单项交易），不适用豁免初始确认递延所得税负债和递延所得税资产的规定，企业在交易发生时应当根据《企业会计准则第 18 号——所得税》等有关规定，分别确认相应的递延所得税负债和递延所得税资产。

对于在首次施行该规定的财务报表列报最早期间的期初至施行日之间发生的适用该规定的单项交易，以及财务报表列报最早期间的期初因适用该规定的单项交易而确认的租赁负债和使用权资产，以及确认的弃置义务相关预计负债和对应的相关资产，产生应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异的，企业应当按照该规定进行调整。

将累积影响数调整财务报表的期初留存收益及其他相关财务报表项目，详见第十节“财务报告-五、重要会计政策及会计估计-43 重要会计政策和会计估计变更”。

## （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	609,860,288.19	1,165,419,052.56	968,937,773.32	1,016,235,919.22
归属于上市公司股东的净利润	-80,322,713.49	19,767,933.23	-4,625,232.83	-592,918,075.47
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-82,887,414.64	15,354,336.37	-6,336,602.70	-564,820,012.60
经营活动产生的现金流量净额	263,411,109.47	32,917,852.39	78,631,253.47	117,985,975.58

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	24,947	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	25,583	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	
刘进	境内自然人	8.06%	31,016,189	31,016,092	质押	20,314,142	
吴志雄	境内自然人	7.90%	30,421,897	30,240,598	质押	26,223,700	
陈伟	境内自然人	7.81%	30,055,597	30,055,198	质押	17,422,000	
鲍杰军	境内自然人	7.33%	28,206,351	0.00	质押	21,600,000	
四川发展证券投资基	境内非国有法人	5.70%	21,938,700	0.00	不适用	0	

金管理有限公司—四川资本市场纾困发展证券投资基金合伙企业（有限合伙）						
陈家旺	境内自然人	1.82%	7,018,761	0.00	不适用	0
中信证券股份有限公司	国有法人	1.59%	6,127,860	0.00	不适用	0
钟宝申	境内自然人	1.36%	5,230,558	0.00	不适用	0
司绍华	境内自然人	1.22%	4,704,573	0.00	不适用	0
中国银行股份有限公司—招商量化精选股票型发起式证券投资基金	境内非国有法人	1.15%	4,444,646	0.00	不适用	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，刘进、陈伟、吴志雄为一致行动人，共同为公司控股股东、实际控制人，对本公司进行共同控制；鲍杰军、陈家旺为一致行动人。除此之外，未知其他股东相互之间是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	不适用					

前十名股东参与转融通业务出借股份情况

适用 不适用

前十名股东较上期发生变化

适用 不适用

单位：股

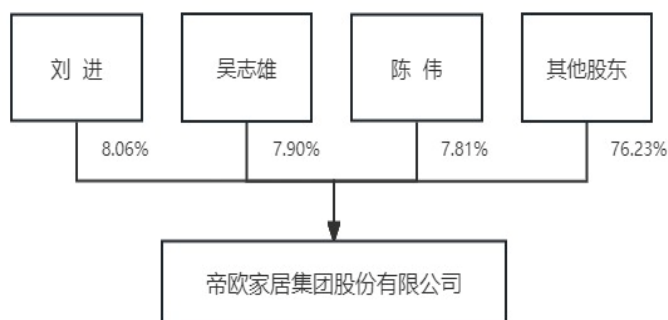
前十名股东较上期末发生变化情况					
股东名称（全称）	本报告期新增/退出	期末转融通出借股份且尚未归还数量		期末股东普通账户、信用账户持股及转融通出借股份且尚未归还的股份数量	
		数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例
中国银行股份有限公司—招商量化精选股票型发起式证券投资基金	新增	0	0.00%	0	0.00%
中国工商银行股份有限公司—诺安先锋混合型证券投资基金	退出	0	0.00%	0	0.00%
中国银行股份有限公司—国金量化多因子股票型证券投资基金	新增	0	0.00%	0	0.00%
丁同文	退出	0	0.00%	0	0.00%

## （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

## (1) 债券基本信息

债券名称	债券简称	债券代码	发行日	到期日	债券余额（万元）	利率
帝欧家居集团股份有限公司可转换公司债券	帝欧转债	127047	2021年10月25日	2027年10月24日	149,977.76	第一年 0.30% 第二年 0.50% 第三年 1.00% 第四年 1.60% 第五年 2.00% 第六年 2.50%
报告期内公司债券的付息兑付情况	“帝欧转债”于 2023 年 10 月 25 日按面值支付第二年利息，计息期间为 2022 年 10 月 25 日至 2023 年 10 月 24 日，本期债券票面利率为 0.50%，本次付息每 10 张“帝欧转债”（合计面值 1,000.00 元）债券派发利息人民币 5.00 元（含税），兑付（兑息）张数 14,998,046 张，兑付（兑息）金额 7,499,397.95 元。					

## (2) 公司债券最新跟踪评级及评级变化情况

根据东方金诚国际信用评估有限公司对公司 2021 年 10 月发行的可转换公司债券出具的《帝欧家居集团股份有限公司主体及帝欧转债 2022 年度跟踪评级报告》，跟踪评级结果为维持公司主体信用等级为 AA-，评级展望为稳定；维持“帝欧转债”的信用等级为 AA-。

根据东方金诚国际信用评估有限公司于 2023 年 2 月 20 日出具的《东方金诚国际信用评估有限公司关于帝欧家居集团股份有限公司 2022 年度业绩预亏的关注公告》（东方金诚公告[2023]0052 号），东方金诚将持续关注相关事项后续进展情况，关注公司的经营和财务状况的变化，并及时披露相关事项对帝欧家居主体信用登记、评级展望以及对“帝欧转债”债项信用等级可能产生的影响。

根据东方金诚国际信用评估有限公司于 2023 年 6 月 21 日出具的《帝欧家居集团股份有限公司主体及“帝欧转债”2023 年度跟踪评级报告》（东方金诚债跟踪评字[2023]0329 号），跟踪评级结果为维持公司主体信用等级为 A+，评级展望为稳定；维持“帝欧转债”的信用等级为 A+。

## (3) 截至报告期末公司近 2 年的主要会计数据和财务指标

单位：万元

项目	2023 年	2022 年	本年比上年增减
资产负债率	66.93%	64.09%	2.84%

扣除非经常性损益后净利润	-63,868.97	-150,741.49	57.63%
EBITDA 全部债务比	-9.12%	-30.47%	21.35%
利息保障倍数	-3.38	-7.93	57.38%

### 三、重要事项

报告期内，公司持续加强自身的产品优势、成本优势、渠道优势和精细化管理能力、差异化竞争能力，在行业的激烈竞争中寻求发展。

2023 年度，公司实现营业收入 37.60 亿元，同比下滑 8.55%，其中：瓷砖业务实现营业收入 30.14 亿元，同比下滑 7.79%；卫浴业务实现营业收入 6.36 亿元，同比下滑 8.27%。公司收入下滑的主要原因系经销渠道增长、工程渠道收入大幅下降所致：1) 受下游房地产行业持续下行的压力，工程渠道大客户需求持续萎靡；2) 为持续平衡公司整体业务风险和经营质量，公司严控工程业务风险，持续调整和优化工程渠道大客户结构。报告期内，公司经销渠道实现营业收入 23.53 亿元，同比增长 7.22%，渠道销售占比提升至 62.58%，其中瓷砖业务经销渠道同比增长 11.33%。

2023 年度，公司实现归属于上市公司股东的净利润为-6.58 亿元，较去年同期减亏 8.49 亿元；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益净利润-6.39 亿元，较去年同期减亏 8.69 亿元。公司归属于上市公司股东的净利润较上年同期亏损大幅减少，主要系公司当期经营情况持续向好，经营性现金流持续改善，经营质量提升所致。主要表现为：1) 公司不断优化客户结构，严控经营风险；2) 持续推出全新品类产品，完善核心高端品类产品矩阵，以“好产品、好服务”提升品牌影响力；3) 以精细化管理、技术工艺升级改造、优化采购供应商体系等严格控制各项管理成本，有效提升产品毛利率。

公司经营业绩仍为亏损的主要原因：1) 报告期内，公司延续过去年度对信用风险评价的标准，持续关注房地产开发商客户的变化情况，对房地产开发商客户预期信用损失进行综合评价，并分类计提各项应收款项信用减值损失合计 3.42 亿元；2) 报告期末公司根据市场预期、公司未来发展战略、以及资产组未来经营情况的预测对重大资产重组所形成的商誉进行了减值测试，计提商誉减值损失 2.24 亿元；3) 报告期内，公司可转换公司债券实际兑付（兑息）749.94 万元，根据相关会计准则进行折溢价摊销后计入财务费用 9,228.48 万元。

公司经营性现金流持续改善，2023 年度经营活动产生的现金流净额为 4.93 亿元，同比增长 395.90%，且每季度经营活动产生的现金流量净额均为正。

2023 年度，面对复杂多变的外部经济环境，公司积极采取一系列应对策略，围绕公司整体战略在产品、渠道、生产等多方面开展各项经营举措，积极有效地推进了如下事项：

#### 1、以产品为核心，不断突破和技术升级

好产品是公司经营的本质，公司坚持以产品研发、技术升级、全矩阵品类，为消费者提供全面优质的产品服务。报告期内，欧神诺结合东方美学和文化为设计理念，推出了中国玉全系产品，以玉脂肌肤釉、超感蛋壳面、闪光晶钻干粒抛、干粒柔抛、水晶干粒抛五大工艺，结合丰富的规格，持续扩大公司高端产品矩阵，也满足了多元化的家装需求。为不断满足消费者对健康品质生活的追求，欧神诺坚持对产品进行抗菌技术研发，并将抗菌工艺用于全系高端瓷砖产品。报告期内，随着中国玉和“抗菌砖”的推出，产品矩阵的完善，欧神诺经销渠道店面重装家数大幅增长，同时新品上样率接近 100%。

除持续夯实传统瓷砖业务，欧神诺在轻质高强陶瓷板、轻质幕墙板产品的技术研发方面走在了行业前沿。公司拥有 3 项 1 级核心产品发明专利、4 项 2 级核心应用专利，该项技术经广东省建筑材料行业协会和广东陶瓷协会组织专家鉴定属于国际先进水平，在技术门槛和知识产权两个方面已在行业内形成了一定的“护城河”。目前欧神诺利用陶瓷固体废物为环保幕墙材料，可替代高端石材幕墙，且产品具有更轻、更强、更安全、更环保、更具性价比。公司产品已应用于已用于深圳太子湾 K11 项目、成都东部新区市民中心、广佛地铁工程（魁奇路站-西朗站）等项目。公司也将借助在工程业务的渠道优势持续推进轻质砖在工程领域的推广和应用。

卫浴事业部以“拓展产品的宽度，巩固产品的深度”为提升产品力核心重点，全系布局终端产品矩阵，为消费者提供个性化、定制化、智能化的全卫产品。报告期内，帝王洁具将目光从卫浴空间场景延伸到卧室空间场景，洞悉到静音卫浴产品市场上的空白，推出了静音冲水智能马桶，进一步提升了品质人居新生活的舒适性。在卫浴空间定制和整装方面，不再局限于“镜柜-台面-浴室柜”的组合模块，而是从消费者需求出发，延伸出了挂衣区、洗衣烘干区等空间定制，提升了市场竞争力。在阳台空间定制方面，围绕“以人为本”的设计理念，以模块化功能化的科学分区，打造出茶水空间、宠物空间、洗烘空间等，满足日益多样化的市场需求。淋浴房版块，则推出了全景门系列新品，将产品的应用



场景从卫浴空间定制拓展到了全屋定制。帝王洁具以独树一帜的科技优势和前瞻视野，在家居市场转型的关键时刻，引领着一场关于卫浴体验与生活品质的革新。

## 2、强化工程渠道风险管控能力，打造全渠道营销

报告期内，公司坚持以“顺势防风险，逆市求增长”的发展逻辑，推动公司全渠道运营。

工程渠道方面，以风险控制为核心，一方面持续与经营情况良好、项目回款优良的房地产客户保持友好的业务合作模式，另一方面持续开拓政府平台、市政建设等工程业务。

零售渠道建设方面，公司通过全系产品布局、营销资源赋能、终端门店打造持续为零售经销商赋能，同时引导经销商围绕“终端门店、家装、整装、工程、电商”为核心，打造零售全渠道营销体系；并全面利用品牌公众号、小红书、抖音、快手等新媒体营销风口，探索打造线上+线下的“新零售”营销模式。报告期内，公司瓷砖事业部在经销商建设方面持续推进“中心城市强商计划”、“区域同盟”，利用核心商家、区域盟主的资源优势、资金优势、服务能力，赋能区域市场；其次，重启设计师渠道，基于公司强大的产品力、品牌力通过设计师渠道的运营，利用设计师流量入口增加产品曝光度、提升品牌价值的同时赋能高端产品销售；最后，继续聚焦高颜值高质产品、经典永恒设计、精工铺贴交付三个核心维度，大力推动整装、家装渠道建设，扩大品牌在各区域整装、家装市场占有率。

卫浴事业部一方面在传统销售渠道上聚焦打造优质门店形象，助力终端销售和品牌传播，依据终端 SI 标准，共打造了 214 个全新形象的终端店面；另一方面基于“旧房改造”的市场需求，报告期内，公司协助经销商积极拓展当地老旧小区卫浴空间翻新业务，在存量市场寻求增量。

## 3、降本增效，优化内部管理体系

公司积极推进数智化、智能工厂建设，在卫浴业务方面，将机械人运用到卫生陶瓷的智能打磨环节和智能施釉环节，拥有“智能梭式窑”，能够精准控制，让陶瓷体从内到外致密，产品性能更优。在瓷砖业务方面，使用西斯特姆喷墨打印机、智能五层干燥窑炉、自动储坯线等智能化控制机械，提高生产效率、降低生产成本、有效保证产品合格率和稳定性。

在内部管理方面采用信息化软件实施精细化管理，有效提高人均产值；优化采购供应商体系，通过遴选供应商、利用循环招标等方式，增强招采成本竞争优势；加强运营效率和供应链交付效率，确保公司产品从生产、包装、运输、配送到售后的高效协调与管理。报告期内，公司瓷砖产品毛利率较去年同期增长 6.45%，公司卫浴产品毛利率较去年同期增长 0.9%。

## 4、积极响应“双碳”政策，践行低碳、绿色发展理念

作为行业“零碳布局”先行者，报告期内，佛山欧神诺陶瓷有限公司联合佛山仙湖实验室、佛山市德力泰科技有限公司、佛山阿莫尼亚科技有限公司共同完成的“建筑陶瓷零碳烧成技术研究与零碳烧成瓷砖及中试生产应用示范”项目经过了行业鉴定委员会一致通过，项目技术成果到领先水平。2023 年，公司子公司广西欧神诺在广西建设了 40MWp 分布式光伏发电项目且已成功并网发电，该项目的实施有利于公司节能减排、降本增效，成为智慧低碳、示范创新的绿色工厂。

推动企业走向绿色化、低碳化是实现高质量发展的关键环节。未来，公司将一如既往践行“创新、绿色、智造”的发展理念，为行业的绿色发展走出一条生态优先、绿色低碳的高质量发展道路。