

帝欧家居集团股份有限公司

2025年8月26日投资者关系活动记录表

编号：2025-002

投资者活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他_____
公司接待成员名单	董事、总裁 吴志雄先生 财务总监 蔡军先生 副总裁 胡谦先生 副总裁 陈宇超先生 董事会秘书 代雨女士
接待时间	2025年8月26日
地点	电话会议形式召开
参与单位名称及人员姓名	民生加银基金管理有限公司、同泰基金管理有限公司、前海开源基金管理有限公司、敦和资产管理有限公司、大家资产管理有限责任公司、广银理财有限责任公司、长信基金管理有限责任公司、深圳深高私募证券基金管理有限公司、北京高熵资产管理有限公司、华夏久盈资产管理有限责任公司
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司董事会秘书代雨女士简要介绍公司2025年半年度经营情况，如下：</p> <p>感谢大家对公司的关注和支持。过去几年公司实施了一系列深度调整的经营举措，包括核心管理团队调整、停止扩建生产线、收缩有风险的工程渠道、调整产品结构和渠道结构，有效化解了因房地产市场变化带来的风险，实现了整体经营重构。</p> <p>2025年是公司的转折年，公司经过近几年的调整，整体经营已逐步稳定向好。随着投资者对公司的信心恢复，可转债持有人</p>

积极转股，可转债余额已由 14.5 亿元下降到目前的 8.71 亿元。公司新的实控人之一朱江总以及新的管理团队，将为公司未来发展注入新的动能。公司也将夯实现有产业的基础上，积极拓展第二产业。

2025 年上半年，公司实现营业收入 11.76 亿元，实现净利润为亏损约 8400 万元，亏损主要系公司当期计提的信用减值损失和递延所得税费用较去年同期增加，以及公司可转债摊销了近 5000 万的财务费用。虽然公司尚未实现盈利，但整体经营呈现较好的趋势。

收入方面，主要系工程渠道收缩引起收入下滑，经销渠道基本盘保持稳定，目前经销渠道占比已达 80%，其中欧神诺上半年经销渠道收入同比增长。

公司实施降本增效效果显著：公司毛利率保持稳定，欧神诺毛利率较 24 年提升 3.79 个百分点；公司四项费用不论是绝对金额还是费用率较去年同期进一步下降。

公司持续加强现金管理，今年上半年存货和应收账款同步下降，经营性现金流持续为正。银行融资端，公司正在主动优化资产和降低杠杆，今年上半年融资性现金流净额实现最近三年首次为正，且公司金融机构综合融资成本保持在 2.95% 的较好水平。

可以说公司在 2025 年上半年度从实控人、管理人团队日益增强；在经营层面上也是企稳向好；未来公司将在夯实主业的同时，进行积极拓展第二产业的发展。

二、交流环节

提问 1：今年的家居行业竞争非常激烈，请问瓷砖板块经销渠道上半年保持逆势增长的原因有哪些？

回复：公司在当前行业竞争态势下展现出了稳定的经营韧性是非常不容易的，特别是瓷砖板块经销渠道保持了一定增长，主要源于在营销层面主要做了以下事项：1、强化内部管理，重构绩效考核机制，不仅有效激发了团队向心力，更实现了产品销售结

构的优化。2、持续加大招商力度，新增的优质商家为销售带来增量。3、推进渠道下沉策略，填补市场空白，重点推进地级市、县级市等区域的覆盖范围。4、建立对公司高端产品和大商的保护机制，发挥大商的引领机制。公司为大商提供差异化支持，助力其搭建盈利护城河，实现了公司 TOP100 核心商家在报告期内的销售大幅增长。

提问 2：半年报显示，公司费用管控到位，关于费用管理方面公司做了哪些方面的调整？

回复：当前行业内卷加剧，“降本增效”已被提升至战略核心高度。公司主要从产品成本和费用管控两个方面推进相关工作。首先是持续降低产品成本，公司通过循环招标法有效降低各项采购成本，同时瓷砖板块对原材料进行了优化和调整，从源头控制成本。在费用管控方面，公司持续精细化管理，对组织架构、人员结构、工作流程、绩效考核等方面进行了变革和调整，提高人效和运营效率。在研发费用方面，公司非常重视研发投入，但会把费用用在关键环节，也在持续优化研发流程。综上公司的费用管控效果显著。

提问 3：半年报显示，今年新材料的收入有不错的变化，请问具体情况？

回复：报告期内，公司瓷砖、卫浴和新材料业务都在积极布局海外市场，拓展外贸业务。特别是新材料业务，重点拓展俄罗斯和中亚地区，上半年增长超 100%，虽然当前基数较小，但未来能成为新的增量点。

提问 4：请问欧神诺旗下的轻质幕墙砖当前的市场推广进展及下一步的计划？

回复：欧神诺拥有独创的轻质幕墙砖产品，且深度参与该品

类行业标准的制定，产品具备强度更高、韧性更强等核心优势。在应用场景上，该产品最初主要适配高层、超高层及大型基础工程的外立面，凭借“成本更低、性能更优”的特点形成竞争优势，目前相关项目正处于跟踪推进阶段。为进一步拓宽市场，公司已着手优化轻质幕墙砖产品体系，拓展出更多细分品类，使其可覆盖低层建筑外立面需求，从而实现对不同类型建筑外立面场景的广泛适配，扩大应用范围。

提问 5：关注到公司近期进行了组织架构调整和优化，请问下这方面具体的内容。

回复：公司在推进更名工作的同时，同步审议通过了组织架构调整方案。首先是明确瓷砖、卫浴、新材料为公司三大事业群。其次，强化集团层面对下属业务板块的管控能力，一方面增设了战略与业务发展部、风控部，另一方面在集团层面明确财务管理、人力资源等核心条线的管控安排。此次组织架构核心目标是通过优化组织布局，进一步加强集团管控力度、提升整体运营效率，并增强企业风险把控能力，为业务稳健发展提供保障。

提问 6：请问公司卫浴板块的情况和全屋定制的发展情况

回复：帝王洁具坚守中高端市场定位，聚焦核心业务布局与拓展。公司稳步推进全屋定制业务的开拓，以稳健策略逐步抢占相关市场。同时，卫浴板块还是集中于卫浴智能全系产品的深耕，其中智能坐便器等核心品类是重点发力方向。

提问 7：请问欧神诺推进的渠道下沉策略，会对市场及营销渠道有干扰吗？

回复：今年下半年起，欧神诺将全面推进渠道下沉策略，鉴于当前头部品牌已实施该项策略，公司也需紧跟行业节奏，重点发力地级市、县级市场及更细分的“毛细血管”级终端。具体推进

	<p>中，将构建标准化操作体系，针对下沉市场特性匹配差异化产品矩阵和价格体系，建立渠道保护和品牌保护机制，严控实施成本，以组合拳的形式为渠道下沉策略做好提前准备。</p> <p>提问 8：请问公司可转债的后续计划。</p> <p>回复：有效推动公司可转债化解是公司的重点工作之一。当前可转债余额已降低到 8.7 亿元左右，可转债于 2027 年 10 月到期，目前看偿债压力有所减少。当前公司也在及时关注可转债的价格变化，暂没有明确的计划。</p> <p>以上内容未涉及内幕信息。</p>
日期	2025 年 8 月 26 日