

证券代码：603408

证券简称：建霖家居

## 厦门建霖健康家居股份有限公司

## 投资者关系活动记录表

编号：2024-007

投资者关系活动类别	<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 checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他
形式	<input checked="" type="checkbox"/> 现场 <input checked="" type="checkbox"/> 网上 <input checked="" type="checkbox"/> 电话会议
参与单位名称	西部证券、中国国际金融、广发证券、中信证券、浙商证券、西南证券、财信证券、长江证券、国盛证券、华福证券、天风证券、国海证券、智子投资、招商证券、东北证券、东兴证券、新疆前海联合基金、域秀资管、银河证券、民生证券、宽远资管、中邮证券、开源证券、中泰证券、东盈投资、国投证券、国金证券、德邦证券、北京知未私募、国联基金、鸿运私募基金、中信建投证券、国泰君安证券、申银万国证券、耕霖(上海)投资、华创证券、华安证券、宁波三登投资、长城证券、东吴证券、华西证券、粤佛私募、深圳中泓汇富、兴业证券、西部利得基金、鑫元基金、华泰证券、宝盈基金、中欧基金、平安养老保险、国投证券股份、IGWT 投资、广州睿融私募、博道基金、圆信永丰、汇丰晋信、炬诚资产、通乾投资、箫峰基金、晨步资本、欣歌投资、默驰投资、金鼎资本、中财投资、前海鸿富、古木投资、熙华私募基金、建信基金、永赢基金、寻常投资、景顺长城基金、阳光保险、华夏基金、中邮基金、东方基金、中科沃土、中信资管、中金资管、仁桥基金、金百裕资、工银瑞信、方正富邦、沅京资本、西部利得、长盛基金、招商基金
时间	2024年8月26日-2024年9月3日
地点	厦门、上海、北京
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 许士伟、证券事务代表 程龙
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1. 能否简要介绍一下建霖家居 2024 年上半年的业绩情况及下半年的发展规划与布局？</p> <p>答：建霖家居 2024 年上半年营业收入同比增长 29.8%，归母净利润同比增长 62.8%，尽管面临海运及原材料价格波动等因素影响，公司业绩仍然表现出稳健增长的态势，整体净利率保持在 10%以上。下半年公司将继续围绕战略部署和年度经营目标，抓实双循环布局，落实创新发展、数智转型和永续经营的各项工作，完成员工持股计划的设定目标。</p> <p>2. 泰国生产基地的运营情况如何？其成本竞争力如何？</p> <p>答：泰国生产基地于 2019 年开始建设，2020 年正式投产至今，已显示出良好的毛利和净利表现。泰国工厂效率提升得益于先进的生产设备和五年的磨合，成本控制相较于中国工厂更为出色。目前泰国一期的生产效率与中国工厂趋平，成本竞争力逐步显现。预计随着三期项目的推进和战略型供应商的合作落地，泰国生产基地将</p>

成为具有领先优势的先进制造基地，尤其在贸易政策尚不确定的情况下，仍能抓住明后年新项目的先发优势。

**3. 公司在外循环市场的具体布局包括哪些方面？**

答：在外循环市场，公司持续深化与核心品牌的合作关系，加大品类拓展力度，比如龙头产品的深入渗透和淋浴系统等新品类的开发，同时积极探索海外市场，尤其是零售卖场和海外电商的持续增长。在稳步提升泰国制造基地运营效率的基础上，公司也在积极布局第二海外制造基地，进一步巩固海外市场优势。

**4. 对于内循环市场的策略是什么？**

答：公司积极响应内循环的新经济发展模式，紧跟国内产业结构调整和消费升级的趋势，构建多品牌矩阵，在产品、渠道及服务全方位发展。产品布局方面，加大品类拓展力度，透过智能团队组建、智能家居中枢软硬件再迭代；商用业务方面，与国内外连锁咖啡、茶饮、轻食品牌及松赞酒店等高净值客户合作共赢，加速推进多元化渠道拓展；渠道发展方面，打造高品质家居产品及精装定制服务，聚焦康养系统全卫定制，加快推进适老化设施的数字化、智能化建设，为长者用心营造高品质的“享老”环境。

**5. 下半年公司在康养赛道的具体布局及其发展计划是什么？**

答：公司在内循环工程渠道着力布局康养赛道，一方面加强“政产学研用投”深度融合，与政府、社区社会组织多方协同推进适老化改造项目；另一方面与康养地产、医养机构等达成战略合作，提供系统全卫定制解决方案，通过项目落地反馈，持续优化升级产品和集成方案，目前已开展项目正有序施工落地。

**6. 能否介绍一下数字转型对公司整体战略的影响及目标？**

答：自 2021 年以来，公司逐步推进数字转型，提升了整体效益并开始向定制化方向发展，特别是在全卫定制领域的需求增强。同时，公司将进一步提高决策数据效率以提升经济效益，并积极落实 ESG 理念促进社会效益和可持续发展目标。

**7. 请问公司在欧洲市场的销售渠道主要集中在哪些方面？对公司在此区域的增长**

	<p><b>预期如何？</b></p> <p>答：公司在欧洲市场主要通过零售渠道拓展，例如与大型卖场的合作，产品包括厨卫和净水品类，目前已成功进入部分销售渠道体系。考虑到欧洲市场结构的复杂性和行政效率，公司按既定目标稳步推进项目落地。</p>
<b>附件清单 (如有)</b>	无
<b>日期</b>	2024年9月5日