

**广东天安新材料股份有限公司**  
**投资者关系活动记录表**

编号：TA2025-001

<b>投资者关系活动类别</b>	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input 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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
<b>参与单位名称</b>	（排名不分先后）申万宏源、华夏基金、广发证券、招商证券、国金证券、东吴证券、东北证券、国联基金、中信证券、中金公司、银河证券、天风证券、财通证券、华泰证券、方正证券、宁银理财、粤财中垠、五矿证券、榕树投资、怀新资本、安盈私募、博时资本、鹏华资产、国投证券、瀚鑫基金以及其他参与活动的机构、个人投资者
<b>时间</b>	2025年4月18日
<b>地点</b>	广东天安新材料股份有限公司鹰创园鹰牌展馆
<b>上市公司接待人员姓名</b>	董事长、总经理吴启超 董事、控股子公司鹰牌集团总裁陈贤伟 控股子公司天汇建科总裁王兵 董事、副总经理、董事会秘书曾艳华 副总经理、财务总监刘巧云
<b>投资者关系活动主要内容介绍</b>	<b>一、参观公司展厅鹰牌展馆；</b> <b>二、公司基本情况介绍；</b> <b>三、与投资者进行交流，主要内容如下：</b> <b>（一）2024年度及2025年第一季度公司经营情况</b> 2024年，公司实现营业收入310,030.37万元，同比略降1.32%；实现归属于上市公司股东的净利润10,100.49万元，同比降低16.49%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为9,049.33万元，同比增加23.40%。2025年第一季度公司实现营业收入58,017.42万元，同比增加10.31%；归母净利润1,517.24万元，同比增加23.70%；扣非净利润1,379万元，同比

增加 36.97%。公司坚持夯实建筑陶瓷和高分子复合饰面材料两大基业，以“构建泛家居产业生态圈”为战略目标，以市场需求为导向，充分发挥产业集群优势，多措并举提高公司管理效率和经营效益。

## （二）提问交流环节：

1、在当前的行业背景下，鹰牌公司如何通过赋能经销商等举措实现转型？

答：在建筑陶瓷产能出清的行业背景下，公司从认识论、方法论、实践论三个层面出发，紧抓研发设计与品牌营销，以“价值驱动”为主导，不断提升综合竞争力。在研发设计方面，公司推出多款高环保性能与美学兼具的中国瓷、石晶地板、软质墙衣等产品，满足市场差异化需求；在品牌营销方面，公司在完善经销商渠道建设、加强渠道管理与赋能、推进渠道下沉的同时，积极拥抱新媒体时代，深化新媒体传播矩阵建设，通过短视频、直播、社交媒体等新兴渠道，精准触达目标用户，进一步扩大了品牌的影响力和覆盖面，使五十年积淀的鹰牌品牌更加深入人心，成为品质与口碑的代名词。公司将产品与消费者的生活场景紧密结合，构建了以客户为中心的生态系统，深度挖掘客户需求，激发消费者的共鸣与认同，持续提升品牌价值。在各项举措的积极推动下，报告期内，公司建筑陶瓷产品销量同比增加，市场占有率实现提升。

2、公司如何做好生产管理、利用供应链端优势？

答：公司深入推进精细化管理、发挥供应链优势，通过品牌输出、全流程数字化、属地化生产、生产管理提升、优化仓储物流等各项举措，最终实现全方位提质增效。公司通过品牌授权模式，实现品牌平台化，打通从消费端到营销端到供应商的全数据链条。公司通过对生产过程的全面梳理和优化，提高了资源配置效率，人效得到了显著提升，同时通过技术改造和工艺流程优化，设备利用率进一步提升。此外，公司通过深化标准化、精细化的培训和管理，员工的操作规范性和效率提高，有效提高产品良率。在供应链管理方面，公司持续强化供应链管理优势，通过供应商结构优化与提升议价能力等举措，实现采购成本有效管控。鹰牌公司有针对性地调整仓储布局，发展区域大商，持续推进属地化生产、中心仓建设，通过集中管理和库存优化，降低物流成本，提高响应效率，同时提高供应链运营效率，存货周转率处于行业领先水平。

公司通过深化精细管理、发挥供应链优势，实现了降本增效和质量优化的双重目标，公司的经营成效不仅

体现在财务指标的提升上，更体现在管理水平和竞争力的全面提升，为未来可持续健康发展奠定了坚实基础。

3、未来鹰牌公司是否会扩大产能？

答：鹰牌公司将有针对性地调整仓储布局，持续推进属地化生产、中心仓建设，同时鹰牌公司将与制造能力处于行业领先地位的制造商合作打造联营工厂，通过输出核心技术、品牌标准、严格把控产品质量，深度挖掘供应链潜力，提升成本控制能力，提升产品运转效率，降低运输成本。

4、未来公司是否会继续深化出海战略？

答：公司将继续深化国际合作，拓展全球市场，致力于在家居建材生产力相对落后的经济发达地区实现技术、服务、品牌出海，实现从区域化发展向全球化布局的跨越式发展，打造具有全球竞争力的泛家居品牌。

5、公司下一步是否有其他的并购计划？

答：目前公司的经营重心在于提高既有的泛家居产业链的转化效果。公司将立足建筑陶瓷和饰面材料两大基业，通过材料板块与 EPC 板块相互赋能，以终端整装需求带动对前端建材产品的销售提量，全面构建材料端技术领先、产业链闭环融合、各子公司各业务板块关联度极强的泛家居生态圈，以强化集团产业链优势增量，不断优化资源配置，寻求新的业绩增长点，推动公司高质量发展。公司将积极拥抱前沿技术和产业，未来，公司不排除通过并购、自研等方式开拓渠道和市场，引进更多先进的技术、人才、品牌，拓宽产业领域。

6、请介绍一下公司在装配式公装领域的布局情况。

答：天安新材坚持泛家居发展战略，近年来通过内生增长以及收并购，推动公司业务点线面体多维发展，以多品牌多渠道多品类产品，逐步实现从材料供应商转型为环保艺术空间综合服务商，打造闭环的家居产业生态圈。2024 年，公司通过收购南方设计院、参股佛山隼业，布局 EPC 公装领域。公司通过收购南方设计院，泛家居战略布局实现产业链闭环，补强公司建筑设计和室内装饰等业务范围，丰富公司触达终端市场的切入点，为公司向装配式内装 EPC 和健康人居品牌的方向发展提供助力，实现为客户提供高性价比一站式环保、艺术空间解决方案；公司通过参股佛山隼业，进一步完善泛家居产业链生态圈，构建装配式公装的重要输出口，整合国企优质资源，打开公装市场渠道，紧抓旧城改造、城市更新、保障性住房等政策窗口期，把握市场机遇，

	<p>提高在公共建筑装饰领域的综合竞争力，打通公司各板块产业链条。在装配式公装领域，公司实现了从建筑设计、建筑施工、室内整装到建材材料的全产业链闭环。天汇建科经营管理团队基于装配式集成整装技术，在医疗空间旧改领域积累了丰富的研发经验及项目交付案例，该技术体系通过标准化作业流程实现成本优化与工期压缩，在确保建筑空间持续运营的前提下完成品质化改造，兼具设计美学表现、施工质量管控与环保标准达成的综合效能。天汇建科以全专业技术能力，完成了医疗空间内装总承包核心竞争力的自研技术和护城河搭建。</p> <p>7、公司将如何加强 EPC 板块和材料板块的关联度？</p> <p>答：未来公司将继续坚持泛家居发展战略，立足建筑陶瓷和饰面材料两大基业，以科技创新驱动产业升级，以产业链资源优势推动材料板块与 EPC 板块的协同发展。2025 年，公司将秉承“健康家，天安造”的核心理念，全面推进战略发展。在佛山核心地段，公司将以装配式内装技术打造符合国际 LEED 和 WELL 双认证标准的城市会客厅，充分利用产业链优势，集中展示从建筑设计、建筑施工、室内整装到建材材料的全产业链生态圈，通过装配式内装技术的创新应用，充分践行绿色建筑理念。同时，公司将加大对新质生产力的投入，全面构建材料端技术领先、产业链闭环融合、各子公司各业务板块关联度极强的泛家居生态圈。</p> <p>8、2024 年公司实施了股份回购，用于员工股权激励的比例有多大？</p> <p>答：2024 年公司以现金为对价，采用集中竞价方式实施的股份回购金额合计 3,002.76 万元，其中不低于人民币 1,000 万元（含）、不超过人民币 2,000 万元（含）用于维护公司价值及股东权益所必需（出售），剩余股份将用于股权激励或员工持股计划。</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2025 年 4 月 21 日</p>