

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：2026-001

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 券商策略会 <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 type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他
形式	<input type="checkbox"/> 现场 <input checked="" type="checkbox"/> 网上 <input checked="" type="checkbox"/> 电话会议
参与单位名称	阳光资管、景顺长城基金、创金合信基金、天治基金管理、前海开源基金、巨杉（上海）资管、光大证券、华泰资管、信达澳亚基金、泰信基金、国金证券、Janus Henderson、国泰海通证券、中国国际金融股份有限公司、金鹰基金、中海基金、信达证券、财信证券、天风证券、兴业证券、广发证券、财通证券、国海证券、国投证券、华福证券、国信证券等机构投资者
时间	2026年4月23日
地点	福建厦门
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>公司 2025 年度及 2026 年第一季度业绩解读：</p> <p>2025 年公司实现营业收入 51.19 亿元，同比增长 2.25%，在复杂外部环境下实现营收稳健增长；净利润 4.42 亿元，业绩表现优于行业平均水平。公司坚持高比例分红回报股东，2025 年中期及年度合计分红占净利润 65%，并承诺未来三年每年现金分红比例不低于归母净利润 60%且不低于 2.7 亿元，股东回报机制清晰稳定。</p> <p>2026 年第一季度公司营收保持稳健增长，毛利率稳定在 25%左右，净利润受汇率短期波动影响，但环比已出现明确向上拐点，盈利质量逐季改善，经营态势持续向好。</p> <p>公司业务结构持续优化、核心优势凸显，厨卫、净水、宜居空气等核心品类稳健发展，其中厨卫品类占比 65%，五金龙头、淋浴系统等整组产品增长动能充足；市场布局成效显著，北美市场作为核心基本盘，与内销国内均实现稳步增长，欧洲市场卖场渠道增长潜力突出；客户资源优质稳固，与科勒、家得宝、劳氏、保利、中海等国内外龙头企业长期深度合作，客户结构健康多元；研发创新势能持续释放，2025 年研发投入 2.80 亿元、占营收 5.5%，有效专利 2,046 件，智能产品营收 8.15 亿元、占总营收 15.9%，智能化业务快速成长；全球化供应链壁垒不断加深，泰国基地产能快速释放，2025 年底单月出货超过 1 亿元人民币，同比翻 2-3 倍，墨西哥基地顺利落地，进一步完善全球弹性供应链体系；ESG 表现引领行业，连续三年获评 Wind ESG AA 级，入选 2025 年度 Wind 中国上市公司 ESG 最佳实践 100 强，绿色制造与可持续发展能力行业领先。</p> <p>2026 年是公司 2026-2030 五年战略开局攻坚之年，公司以“铸核提智、效增倍出、全域共进”为总纲，锚定 58 亿元营收目标，全面推进高质量发展。其中铸核提智聚焦科技创新，保持研发投入占比约 6%，加快人工智能和先进制造技术落地以打造核心技术优势；效增倍出聚焦降本增效，深化数智化转型、优化运营管理，推动盈利水平提</p>

升；全域共进聚焦全球化布局与新业务培育，加快泰国三期和墨西哥基地产能释放，深耕各区域市场并培育康养业务新增长极，实现公司高质量可持续发展。

1、公司 2025 年业绩阶段性波动及 2026 年盈利修复情况如何？

2025 年净利润短期波动，主要系全球化产能布局阶段性投入增加，属于发展过程中的短期阵痛。2026 年第一季度经营已现明确拐点，受汇率短期波动影响，净利润出现阶段性调整，结合公司汇率风险管理措施及市场走势判断，二季度及以后汇率将不再成为影响公司盈利的主要因素，随着泰国基地运营效率提升、数智化降本增效落地，全年盈利将稳步修复，业绩回归稳健增长态势确定性强。

2、公司海外基地建设及运营情况如何？

泰国基地产能快速爬坡，三期项目将于 2026 年下半年投产，达产后可覆盖北美市场 2/3 订单需求，后续将持续优化运营效率，提升盈利水平。墨西哥基地聚焦北美短链配套，今年内实现正式投产，全球化供应链抗风险能力与竞争力持续增强。

3、2026 年各区域市场增长规划是怎样的？

北美市场作为核心基本盘，将持续深化头部客户与零售渠道合作，加大高附加值品类渗透力度，稳固市场优势；国内市场坚持精准投入，聚焦康养与地产精装核心渠道，稳步培育增长动能；欧洲市场将加快卖场与新客户拓展，充分挖掘市场增长潜力，推动各区域市场协同高质量发展。

4、公司如何应对汇率、原材料价格波动风险？

汇率方面，合理开展远期锁汇，聚焦高附加值产品提升盈利韧性；原材料方面，签订长期采购协议，推进海外本地化采购，建立供需风险共担机制，成本端风险整体可控。

5、公司 AI 及智能制造相关业务发展规划如何？

目前子公司阿匹斯正有序推进具身智能应用相关训练基地建设，同时公司拥有合计约 60 万 m² 的全球制造基地，可充分用于智能制造技术在工业场景的应用落地，重点涵盖覆盖码垛、仓储、检测、搬运等环节，全面提升生产效率、降低人工成本。中长期将 AI 及智能制造技术融入康养与智能家居解决方案，打造差异化竞争优势。

6、公司未来产能及外延发展思路是什么？

现有全球产能可支撑百亿级营收规模，未来不再大规模新建厂房，投资重点转向 AI、数字化等软实力提升。外延并购将紧密围绕健康家居主业，聚焦品类、渠道与场景解决方案补充，强化主业协同发展。

7、国内康养业务及品牌建设规划如何？

国内市场以康养场景解决方案为核心，整合品牌资源，以系统卫生间为拳头产品，覆盖康养机构、医院、老旧改造等优质渠道，打造“智能产品+场景方案+渠道服务”一体化模式，稳步培育内销新增长极。

附件清单 (如有)	无
日期	2026年4月27日