

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：TA2026-001

投资者关系活动类别	<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 checked="" type="checkbox"/> 其他
参与单位名称	（排名不分先后）申万宏源、招商证券、光大证券、国金证券、国泰海通证券、东北证券、国投证券、华安证券、浙商证券、华鑫证券、华林证券、五矿证券、华夏基金、华宝信托、聚隆私募、民沣私募、航科私募、硅谷先锋基金以及其他参与活动的机构、个人投资者
时间	2026年4月20日-4月24日
地点	佛山希尔顿酒店会议室、公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理吴启超，董事陈贤伟，副总经理、财务总监刘巧云，副总经理、董事会秘书曾艳华，重要部门及相关子公司负责人
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司基本情况介绍；</p> <p>二、与投资者进行交流，主要内容如下：</p> <p>（一）2025年度及2026年第一季度公司主要经营情况</p> <p>2025年，公司保持稳健经营，实现营业收入308,562.69万元，同比下降0.47%；实现归属于上市公司股东的净利润11,157.14万元，同比增长10.46%；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10,841.00万元，同比增长19.80%。2026年第一季度，公司实现营业收入52,490.16万元，同比下降9.53%；实现归母净利润1,936.79万元，同比增长27.65%；实现扣非归母净利润1,389.44万元，同比增长</p>

0.76%。公司持续夯实泛家居产业生态圈的建设，以产业链资源优势打造高科技、高效能、高质量的新质生产力发展路径，多措并举不断提升公司管理效率和经营效益。

（二）提问交流环节：

1、面对广阔的房地产存量市场，公司有哪些新举措？

答：面对存量时代的来临，公司主动把握城市更新与旧房改造的政策机遇，加速布局存量市场。公司持续深耕存量房交易及配套服务市场，把以 EB 表面处理技术为支撑的高环保高品质饰面材料、生产技术和以装配式集成整装技术为基础的空间环保快装解决方案应用在家居和公装整装领域。鹰牌公司旗下的鹰牌新材定位“旧改专家”，依托公司多年来在汽车空间和家居空间积累的高品质高环保饰面材料产品及核心技术，通过整合各业务板块产品品类和产业链体系，针对旧改过程中流程繁琐、效率低、环保性不足等痛点，推出硅藻泥科技板、安芯墙板、质感墙衣、石晶地板、防摔地胶等工业化内装产品及装配式交付服务，涵盖客餐厅、卧室、儿童房、厨房、卫生间、阳台六大家装旧改场景体系。在零售端，通过鹰牌新材和鹰牌生活实施梯次布局，以差异化的工业化内装产品与服务覆盖多元消费需求，为消费端局改旧改需求提供“美快好省”的焕新体验；在工程端，依托南方设计院、天汇建科，聚焦医院、酒店、办公楼等商业空间的存量改造需求，提供从设计到交付的一站式解决方案。

2、公司在推进国际化战略及海外市场布局方面有哪些具体举措？

答：公司坚定推进国际化战略，在巩固国内市场基本盘的同时，加快海外市场拓展步伐。公司将借助产品安装简单快捷、绿色环保等优势，积极拓展经济发达但家居建材生产

力相对落后的地区和国家的需求潜力。公司不再局限于单一产品输出，升级为“产品+服务+品牌+标准+设计”的全套体系出海，将澳大利亚、新加坡展厅建设的成功经验推广到全球，加快海外市场探索；通过线下展厅作为体验载体，联合海外本土设计师团队，对当地装修团队开展培训，构建起“门店+设计师+装修队”的运营体系，形成“体验引流、设计转化、交付落地”的闭环，以输出装配式内装标准带动材料产品出口销售，不断推动新经济与传统产业深度融合，积极培育新的业绩增长点，推动公司高质量发展。

3、公司有哪些降本增效的举措？

答：公司通过加强供应链管理与原材料管控、优化产品配方及生产工艺、推进信息化与智能制造建设等一系列措施实现降本增效。公司持续推进生产、管理精细化运作，加速推进数字化转型升级，逐步形成覆盖全业务板块的业财一体化管控机制、智能生产管控系统，逐步实现全流程数字化管理，提升集团精细化运营水平。公司将科学规划设备智能化与自动化升级改造，稳步推进汽车内饰皮革产线的智能化改造，提高生产运营效率，减少生产过程中的物料和能耗浪费，切实实现生产端提效降本目标。

4、在新媒体浪潮下，公司如何实现营销升级？

答：近年来，公司构建短视频、直播、社交平台的新媒体矩阵，通过内容种草与场景化直播精准触达意向客户，提升用户互动效率，拓宽获客渠道。公司积极顺应新媒体营销发展趋势，创新打造“启超智荟”企业家 IP 及职业经理人个人 IP，并在抖音、小红书、视频号等主流社交平台建立品牌新媒体矩阵，通过“内容种草+直播转化”的营销闭环，实现对目标客群的精准触达与高效引流，为全国终端渠道持续赋

	能拓客。
附件清单 (如有)	无
日期	2026年4月24日