

江河创建集团股份有限公司

投资者关系活动记录表

证券简称：江河集团

证券代码：601886

编号：20250722

投资者关系活动类别	<input 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 checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（线上交流会）
参与单位名称	华泰柏瑞、平安资产、兴全基金、汇添富基金、申万菱信、嘉实基金、海富通基金、腾达建设、万家基金、华泰资产、银河基金、中银基金、华富基金、富安达基金、朱雀基金、圆信永丰、湘财基金、鹏华基金、西部利得基金、中信保诚基金、东证资管、平安养老、华宝基金、景顺长城、博时基金、摩根士丹利基金、宝盈基金、大成基金、国联基建、金信基金、信达澳亚基金、聚联汇投资、南方基金、融通基金、诺安基金、国寿养老、民生加银、泰康资产、华夏基金、华夏久盈、中欧基金、新华资产、大家资产、银华基金、建信基金、泓德基金、方正富邦基金、东方基金、交银基金
日期	2025年7月7日-7月11日，7月14日-7月16日
地点	上海、深圳、北京（线上及线下会议）
公司参与人员姓名	公司董事会秘书：刘飞宇
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1. 当前公司主营业务的发展思路是什么？</p> <p>答：</p> <p>从行业整体态势来看，受国内外宏观经济运行、国家经济政策导向等因素影响，叠加客户风险意识不断增强，建筑装饰行业的市场集中度持续提高，竞争格局分化显著，优质业务向头部企业聚集。</p> <p>聚焦国内市场，幕墙行业整体面临下行压力，竞争日趋激烈，公司继续深耕细作，适度精准下沉，发挥行业头部效应，稳住国内基本盘。针对国内内装市场，公司加大内装体系化平台的强化力度，全力打造内装生态化发展格局，以提升内装盈利能力为主要抓手，推动内装业务步入良性可持续发展轨道。</p> <p>当前，海外市场是公司重点发力的增量领域，公司将集中优势资源全面支撑海外业务发展。针对海外幕墙市场，公司以中东（沙特、迪拜）、东南亚（新加坡、菲律宾、马来西亚等）、港澳等市场为支点，优选高毛利、现金流稳定的优质项目；针对澳洲、欧洲等发达市场以及新布局的中亚等国家，推广幕墙产品和BIPV异型光伏组件产品出口销售业务。针对海外内装市场，公司依托承达集团品牌优势，积极开拓新加坡、菲律宾、中东等内装高端市场，进一步提升国际化业务占比。</p> <p>展望未来，公司将以海外市场突破为支点，通过深度优化资源配置与持续强化核心竞争力，构建以“承接工程”+“产品销售”的双轨制发展模式，驱动建筑装饰业</p>

务向高质量、可持续方向跃升，打造全球领先的建筑装饰及建材销售的综合服务商。

2. 请公司介绍一下海外业务布局、市场定位情况

答：

公司自 2006 年开始做国际化业务，已经积累了近 20 年的海外经验，过往在海外 20 多个国家或地区承接工程。目前公司幕墙业务在海外市场布局主要采用 1 部+2 区的业务布局模式，即海外事业部（包含中东区、印太区、澳洲区、欧洲区）、亚太大区及港澳大区，其中海外事业部除负责承接海外幕墙工程外，同时负责幕墙产品及 BIPV 异型光伏组件产品出口销售业务。室内装饰与设计业务依托承达集团及梁志天设计在港澳、中东及新加坡等市场开展业务。

公司基于对不同海外市场的深入分析，采取差异化的市场定位发展策略：在港澳地区、东南亚及中东市场，公司充分发挥全产业链优势，以承接工程为主；在澳洲区、欧洲区等发达国家及新布局的中亚等国家，公司则聚焦于幕墙和 BIPV 异型光伏组件产品的出口销售业务，将产品供应给当地幕墙公司或总包单位，推进产品化战略。

3. 公司 2024 年度和 2025 年一季度在海外幕墙业务订单情况如何？国内外项目毛利率是什么情况？

答：

2024 年度，公司在海外市场新增幕墙工程订单约为人民币 37.5 亿元，较去年同期增长约 57%，其中中东地区中标金额约 6 亿元；2025 年一季度公司新增海外幕墙工程订单约为人民币 10.69 亿元，其中中东地区一季度已经中标 6.3 亿元，超过了去年全年水平。在毛利率方面，海外幕墙项目的毛利率水平整体优于国内项目毛利率，目前国内幕墙项目毛利率在 15%-16%，海外幕墙项目（不含香港地区）毛利率在 25% 以上。后续随着海外收入的逐步转化，海外收入占比将逐步提升，对公司整体毛利率产生积极影响。

4. 公司本次重返“中东”市场，主要聚焦哪个区域？目前在区域取得的订单如何？

答：

公司本次重返中东市场，核心聚焦于迪拜与沙特两大区域。选择这两个市场，既是基于深厚的历史积淀，也是对当下发展机遇的精准把握。从过往基础来看，公司曾深度参与当地核心工程建设，打造了迪拜无限塔、沙特吉达机场、沙特吉达火车站等一系列地标性建筑，在当地积累了扎实的市场经验与良好口碑。从当前发展态势来看，两地经济活力强劲，市场经济活跃度持续攀升，迪拜、沙特市场建设量较大，尤其沙特地区已成为全球建设量最大的国家之一，幕墙市场空间尤为可观。未来近 10 年，沙特将举办多个全球性赛事或活动，将有较多场馆及配套基础设施建设，如 2027 年亚洲杯、2029 年亚洲冬季运动会、2030 年世博会、2034 年足球世界杯等。针对沙特市场，公司将优先布局有明确竣工节点的重大项目，以规避海外经营风险。

在订单表现上,公司自去年4月重返中东市场以来,新增订单增长势头较好。2024年全年新增订单约6亿元,为市场拓展奠定坚实基础。2025年中东地区制定了20亿元新增订单目标,今年一季度已经中标了6.3亿,加上6月份公司披露的中标世界第一高楼沙特王国塔项目折合人民币约20.12亿元,中东地区已经完成了26亿元的新增订单,半年时间已经超额完成了年初制定的年度预算目标,目前管理层已将该区域年度预算指标进行上调至人民币40亿元。世界第一高楼沙特王国塔项目的中标,充分彰显了公司作为全球幕墙龙头企业的技术实力与品牌影响力,印证了公司以国际标准的品质与服务赢得市场认可的核心竞争力,以及客户对公司综合实力的充分认可,该项目建成后将成为全球第一座超过1000米的高层建筑。

5. 公司幕墙产品和异型光伏组件产品上半年订单销售如何?

答:

公司自2024年实施“产品化”策略以来,发挥国内6大生产基地的制造优势以及技术领先优势,聚焦于幕墙产品和BIPV异型光伏组件产品的全球市场销售。在产品化方面,公司在现有提供“设计+产品销售”模式的基础上,逐步打造产品的平台化、系统化、高端品牌化,为产品客户赋能,实现共赢。产品销售模式打开了公司幕墙业务的全球市场空间,从原来的同行业竞争关系转变为伙伴关系,能够构建良好的行业生态,同时生产制造端均在国内,能够有效规避或大幅降低海外经营风险。

2024年,公司在澳洲签约了6500万幕墙产品供货订单。今年公司进一步成立了产品销售团队,已经布局了欧洲、美洲、中亚等国家,截止目前,今年幕墙产品实现销售订单已超过了去年全年订单水平,订单获取能力不断增强。今年5月份,公司BIPV异型光伏组件产品已经取得了国际认证,可以向全球销售,目前订单继续保持快速上升势头。这一业绩表现充分印证了:在幕墙出口端,公司凭借行业领先的技术实力和品牌优势,持续获得海外市场认可;在BIPV异型光伏组件端,公司的光伏产品出口战略成效显著,产品竞争力不断提升。显然,公司实施“产品化”策略,将成为驱动公司利润增长的另一重要引擎。

6. 公司如何防控海外风险?

答:

公司此次进一步拓展海外业务,在核心策略和经营原则上较过往有显著不同,以防范海外经营风险为重中之重,以利润及现金流为核心经营指标,稳步推进海外业务发展。主要体现在以下四方面:一是严控项目毛利润标准。在推进海外业务发展过程中,公司明确划定承接海外项目毛利率标准,通过设定严格的毛利率红线,实现高质量出海目标。二是坚决规避恶性竞争。此次“出海”过程中,公司明确拒绝参与低价内卷,坚持对项目进行择优筛选,将重心放在保障利润与现金流上,以此引导海外市场形成良性生态化运营格局。三是强化风险控制。自2012年起,公司在国内外项目

中便严格执行不垫资原则，此次“出海”将继续延续这一政策，确保资金安全与项目风险处于可控范围。四是强化团队国际化配置，此次特别派驻有海外丰富经验的核心骨干人员，并返聘诸多原驻海外员工重返团队，通过更专业、更熟悉本土化的团队配置提升项目落地能力和防风险能力，此举是在过往海外业务基础上对团队建设的进一步升级。

综上，此次“出海”在延续不承接垫资工程等成熟原则的基础上，通过提高利润门槛、规避价格战、升级团队配置等方式，形成了更稳健、更注重质量的海外拓展模式，与过往业务相比更具战略聚焦性和风险防控意识。

7. 公司商誉减值余额有多大，是否会进一步计提商誉减值？

答：

截至 2024 年末，公司商誉余额约为 2.74 亿元，主要由过往并购香港承达集团及澳洲眼科 Vision 所形成，其余历史并购形成的商誉已全部计提完毕。目前不存在进一步进行商誉减值的迹象。

8. 目前公司应收账款的客户构成及应收账款回收风险大吗？

答：

公司应收账款客户主要为各个行业的产业客户，幕墙客户及其分散，且客户资信状况较好，无单一大客户。大型央企、国企客户及基建项目客户资金状况较好，如近 2 年在雄安承接的中国电信、中国联通等项目客户均较为优质。加上公司不承接垫资工程，注重现金流管理，公司近几年收现比均在 100%以上，进一步印证了公司的客户质量，应收账款回收较为可控。

在应收账款坏账准备计提方面，公司坏账准备累计计提比例达 26.88%，计提较为充分。截至 2024 年末，公司已到期应收账款账龄主要集中在 2 年以内，账龄在 2 年以上的应收净值合计为 8.3 亿元，约占应收账款净额的 6.9%，2 年以上账龄的应收净值占比低，说明公司应收账款回收良好，不存在重大回收风险。

9 公司近年来经营性净现金流较好，是通过哪些方式使得经营性净现金流保持较高水平，未来年度的现金流是否会继续保持这种良好趋势？

答：

从长期数据来看，公司近五年平均经营性净现金流达 11.19 亿元，近十年平均为 11.69 亿元，展现出稳健的现金流管理能力。2024 年度经营性净现金流表现优异，在实现 6 亿多归母净利润的情况下，经营性净现金流实现约人民币 16.26 亿元。这一良好态势的维持，主要得益于公司始终坚持“现金为王”理念以及在经营管理上的精细化运作，具体体现在以下几个方面：

(1) 优质客户筛选：在业务拓展阶段，公司严格把控项目承接标准，优先选择信用良好、回款能力强的优质客户，从源头上降低资金风险，即严把营销入口关。

(2) 全流程资金管控：公司采取“抓两头促中间”策略，强化预付款管理，严格按工程进度回收进度款，确保资金流入与项目推进同步匹配。

(3) 高效结算机制：在项目收尾阶段，公司商务团队积极推动结算工作，缩短结算周期及回款周期，加速资金回笼，减少应收账款积压，确保项目款及时收回。

未来，公司继续深化“现金为王”的经营理念，优化资金管理流程，确保经营性净现金流保持健康水平，为业务拓展、长期发展和现金分红提供有力支撑。

10. 公司去年分红比例及股息率比较高，请问公司未来还会以高股息方式进行现金分红吗？

答：

公司及管理层高度重视现金分红事宜，自上市以来长期保持稳定分红政策，用实际行动回报股东。公司 2024 年度（包含中期分红）合计派发现金红利 6.23 亿元，对应股息率高达 9.7%，充分彰显了公司财务的稳健性，以及对股东价值创造的持续承诺与坚定践行。

公司自上市至今过往分红比例近 60%。公司将在确保现金流充裕的前提下，结合当前国内外经济环境以及公司实际经营状况，秉承一以贯之的精神，以持续稳健的现金分红方式回报广大投资者。