

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：20250829

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 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	工银瑞信、浙商自营、嘉实基金、国盛证券、建信基金、上海自营、平安理财、青骊投资、泰康资产、西部利得、信达澳亚基金、圆信永丰、九泰基金、明河投资、国联基金、富安达基金、华夏基金、民生加银基金、鹏华基金、太平基金、朱雀基金、宝盈基金、长江证券、汉和汉华资本、绿谷医药产业投资、华安基金、华富基金、东方红、光证资管、富国基金、富荣基金、盈峰资本、德邦基金、财通基金、友邦人寿、长城基金、中邮资管、浙商资管、长江养老
日期	2025年8月27日
地点	北京（线上交流会）
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. 请问公司本期实现归母扣非净利润同比增长较大的原因是什么？</p> <p>答：</p> <p>2025年上半年，公司持续强化运营效率的管理，优化盈利结构，稳步提升经营质量及管理效益。报告期内，公司实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益净利润为3.34亿元，同比增长21.43%。该指标的增长主要系两方面：一是报告期内公司整体毛利率较去年同期有所提升，盈利能力稳步向上；二是相关信用、资产减值准备计提对当期影响小于去年同期，进一步凸显了本期盈利增长态势。</p> <p>2. 截至报告期末，公司在手订单357亿元，请从业务板块、境内外分布维度分拆下在手订单的具体金额？</p> <p>答：</p> <p>在国内建筑装饰行业上市公司中，公司新增订单总量持续蝉联行业榜首。截至报告期末，公司在手订单金额约357亿元，从业务板块及布局维度，具体拆分情况如下：</p> <p>幕墙与光伏建筑业务在手订单金额约255亿元，其中国内订单占比64%；海外订单占比36%，海外在手订单金额较前期呈现强劲增长态势。剩余在手订单为室内装饰与设计业务，其中海外订单占比4成左右。</p> <p>目前公司在手订单储备充足，充分彰显了公司境内市场的核心优势与海外市场的拓展潜力，充分印证了公司在建筑装饰领域的综合竞争力与行业领先地位。随着海外</p>

项目逐步进入转化期，其将对公司营业收入及利润带来正面影响。

3. 公司近年来营收规模稳健，今年上半年营业收入下降的主要原因是什么？

答：

2025年上半年，公司实现营业收入约为93.4亿元，同比下降5.86%。从业务板块拆分来看，建筑装饰板块实现营业收入87.61亿元，医疗健康板块实现营业收入5.78亿元。本期营业收入下降主要为建筑装饰板块，公司建筑装饰板块营业收入下降主要系两方面：一是上半年公司全力加速开展海外业务，设计等人员调拨支撑海外业务，间接导致部分国内项目推进节奏放缓，产值转化延后。二是公司新增的海外订单尚未进入大规模产值转化阶段。我们相信，随着海外业务规模的逐步释放，公司规模会呈向好态势。

4. 公司海外订单增速显著，预计新增的海外订单何时可以转化为收入？

答：

2025年上半年，公司累计中标金额约137亿元，同比增长6.29%，其中海外订单增长强劲，中标额实现约52亿元，占总订单达38%，同比增长61%；幕墙海外订单实现44亿元，占幕墙总订单的49%，同比增长139%，充分彰显了公司在海外市场的竞争实力以及市场开拓取得的显著成效。

从订单转化节奏来看，公司在中东、泛东南亚承接的部分体量大的幕墙项目以及承达集团的去年中标的澳门大项目分别在四季度或明年初将进入产值快速转化期，海外营业规模将显著提升。由于海外订单毛利率相对较高，随着海外订单产值的转化，将对公司整体利润水平的提升带来积极影响。

5. 请问公司今年半年度经营性净现金流低于去年同期的主要原因是什么？

答：

从长期数据来看，公司过往年度经营性净现金流保持优异水平，资金管理能力强，其中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，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。

公司所处建筑装饰行业，普遍呈现上半年为投入期，下半年进入集中回款期的规律。公司上半年收现比为103%，与去年同期基本持平，说明公司在收款方面继续保持了较好水平。在付款方面，公司自提出加强生态化建设以来，重视并强化与供应商的合作黏性，持续提升对供应商付款的及时性，加大现金支付力度，上半年公司在实现

93 亿收入的基础上,截止半年度公司应付账款和应付票据余额合计较年初减少了 8.88 亿元,加大对供应商的现金支付力度是本期经营性净现金流较去年同期变动的主要原因。

综上,公司会继续深化“现金为王”的经营理念,优化资金管理,确保年度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保障。

6. 目前公司商誉减值余额有多大,是否会进一步计提商誉减值?

答:

截至本报告期末,公司商誉余额约为 2.75 亿元,主要由历史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。目前未出现进一步进行商誉减值的迹象。

7. 公司自实施走产品路线后取得不错的成果,请介绍下目前公司产品订单金额及毛利率情况?

答:

公司自 2024 年实施产品化核心策略以来,充分发挥国内生产基地的制造优势以及技术领先优势,聚焦幕墙产品和 BIPV 异型光伏组件产品的全球市场布局与销售。在此基础上,公司正加速推进产品平台化、系统化、高端品牌化业务,进一步打开了全球市场空间。截止本报告披露日,公司产品销售订单规模已远超去年全年水平。

在市场拓展层面,报告期内公司组建了面向欧洲、美洲等区域的销售团队,产品订单呈现多点开花态势。公司在原有澳洲成熟市场的基础上,成功将产品销售拓展至乌兹别克斯坦、泰国、以色列、蒙古等国家,全球市场版图快速扩大。在 BIPV 异型光伏组件领域,公司于今年 5 月份取得国际认证后转向全球销售,并借助幕墙渠道拓展至新加坡、中东等地区。

在毛利水平方面,今年公司对外签约的幕墙产品订单毛利率均值高于国内幕墙工程毛利率。公司产品平台化、系统化、高端品牌化业务打开了全球市场空间,值得关注。

8. 请介绍下公司推进的产品平台化、系统化、高端品牌化业务,具体指哪些方面?

答:

公司加速推进的产品平台化、系统化、高端品牌化业务,在核心路径上,是以构建“设计+产品供应”模式,将 20 余年沉淀的技术经验、领先的智能制造能力与全球化供应链资源整合为可输出的“能力包”,依托提供设计、系统化产品与技术支持的赋能模式,从“自己干”转向“赋能伙伴”,推动公司幕墙技术及产品输出。

公司此次出海不仅是产品的出口，更是能力迁移和模式复制，公司有意打造一种新型全球化、轻资产、风险可控的运营模式。公司提出的产品平台化旨在构建高效协同的全球化价值生态网，通过整合设计技术、智能化生产、全球供应链等全链条优势，搭建自主可控的产品化平台。依托该平台，可向全球客户输出极强的交付确定性、可控的成本优势与统一的品质标准。此举不仅能深度赋能上下游合作伙伴，强化产业链共生能力，更能助力公司形成强大的抗风险能力，支撑全球化业务稳健推进。系统化则是聚焦融合“标准体系+定制化解决方案”，输出涵盖技术支持、产品（如单元体幕墙、BIPV 异型光伏组件）及全周期服务的系统化解解决方案；高端品牌化是推动品牌触达从直接承接大型工程延伸至为全球伙伴提供系统化产品与技术支持，使品牌形象从“标志性项目承建者”深化为“全球幕墙领域的品质标杆与技术伙伴”。在此过程中，公司可通过全球化品牌运营，以合规经营为基础，结合跨文化融合与本地化适配策略，在所在国业主、总包方、同行业伙伴及供应商群体中，建立兼具获得感与友好感的品牌形象，进而释放更广阔的品牌价值。

公司产品平台化模式的推行直接打开了公司业务的全球市场空间，助力公司业务进一步实现规模化发展，并将成为驱动公司利润增长的另一重要引擎。