

蒙娜丽莎集团股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2025-003

投资者关系活动类别	☒ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☒ 其他：电话会议
活动参与人员	SEQUOIA CAPITAL LLP、彬元资本、富国基金、广发证券、国信自营投资、华泰证券、华泰证券资管、建信基金、凯丰资管、诺安基金、首创证券、泰康基金、招商基金、招商证券、中庚基金、中邮证券（排名不分先后）
时间	2025 年 9 月 1 日上午 09:00-10:00、上午 10:30-11:30
地点	公司会议室
形式	电话会议
上市公司接待人员	公司董事、董事会秘书：张旗康，财务总监：汪雪波
交流内容及具体问答记录	一、简要介绍公司 2025 年上半年经营概况。 答：2025 年上半年，公司实现营业收入 191,513.63 万元，同比下降 17.96%，其中经销业务收入 158,909.80 万元，同比下降 10%，工程战略业务收入 32,603.83 万元，同比下降 42.68%；归属于上市公司股东的净利润-566.82 万元，同比下降 106.86%。经营业绩变动的主要原因为：2025 年上半年，建筑陶瓷行业市场竞争依然激烈，为应对市场因素对经营的影响，公司加强经销业务，积极拓展市场，持续实施精益管理，在原材料采购、节能降耗、降本等多方面实施提质增效措施，生产成本和运营效率均取得一定成效，期间费用也得到有效管控，费用总额同比有所下降。但产品平均销售价格同比出现下滑，导致整体销售收入未达预期；另外，与公司战略工程业务关联度高的房地产行业进入存量时代，瓷砖订单量大幅减少，制约公司战略工程业务的开展，导致工程渠道销售收入同比下降；此外，公司根据会计准则对截至报告期末存在减值迹象的资产计提减值准备。综合以上因素，公司 2025 年半年度业绩同比下滑。 二、主要交流内容如下： 1、2025 年上半年经销和工程渠道金额同比变化及量价拆分情况如何？经销和工程渠道在 2025 年一、二季度的表现分别是什么情况？

答：2025 年上半年，公司经销渠道营收同比下降 10%，工程渠道营收同比下降 42.68%，整体营收下降主要是经销渠道价格下降及工程渠道销量下滑较大导致。从季度表现看，一季度经销渠道占比 81.86%，工程渠道占比 18.14%；二季度经销渠道占比提升至 82.98%，工程渠道占比下降至 17.02%，工程渠道二季度延续下滑趋势。

2、2025 年 7、8 月份行业竞争情况如何？是否观察到行业价格有正向变化？

答：行业竞争依然激烈，产品消费降维，尽管政府提倡有序竞争，但现实中企业仍面临价格竞争压力，行业价格暂未观察到正向变化。公司选择通过内部经营管理优化（节能减排、降本增效、提质增效）应对，夯实经营基础。

3、当前产品价格是否有收窄下降的信号？预计从哪个季度开始价格能够企稳甚至回升？

答：整个行业价格竞争依然激烈。公司目前基于量价平衡点制定策略，若一味守住价格可能导致市占率下滑。上半年价格下滑主要原因包括：一是基于畅销规格品类需求而做出价格让步，二是通过价格政策（如库存处理政策）赋能经销商，帮助其在终端市场获取订单、维持运营信心。公司正推动“无极·石界”等新产品，价格企稳回升的时间尚难判断。

4、面对行业竞争加剧，公司有什么应对策略？

答：公司应对挑战的核心战略是以“活下来”为目标，注重市占率和现金流，通过内部经营管理降本减费、提质增效，终端品牌布局与渠道深耕，以及通过技术创新推出新产品提升核心竞争力。产品定价方面，公司将寻求量价平衡点，避免因单纯守价导致市占率下降；推动高附加值新产品销售以提升平均单价，同时通过多种政策赋能经销商。

5、公司去年和今年的经销商和门店数量变化情况如何？

答：公司直接签约经销商数量及专卖店数量整体变化不大，近年来主要对未完成任务的经销商进行梳理更换。目前经销商更换数量较少，部分正处于展厅装修阶段。为支持经销商，公司采取了价格让步策略，并让直接签约经销商享受库存处理的优惠，增强了经销商信心。

6、公司的战略客户业务主要包括哪些类型？与大型家装公司（如贝壳网）

	的合作是直接对接还是由经销商承接？这部分业务的体量、盈利及账期情况如何？ 答：公司工程战略客户业务中，地产客户合作占比已下降，经销渠道仍为主要业务模式，战略客户业务占比下降至 17%。公司与部分家装公司签订战略合作协议，但具体落地由经销商负责，以更好地贴近市场服务。 7、下游需求中新房与二手房翻新的占比如何？地产与非地产需求的占比情况？ 答：下游需求结构方面，地产相关（工程渠道）占比约 17%（含少量政府工程），较去年略有下降。经销渠道中，主要是新房装修与二手房翻新需求，其中二手房翻新包括存量房装修及精装修房二次装修。经销渠道占比约 83%，主要由经销渠道的新旧房装修构成，其中国家“以旧换新”等补贴政策对改善型装修需求形成显著推动。 8、广西新基地目前的产能利用率和盈利情况如何？ 答：广西基地 7 条生产线，目前 6 条生产线运行，以生产线数量计算产能利用率较高；若按产量推算，利用率更高。第 7 条生产线原规划生产 0.9×1.8 米陶瓷板，因市场需求降温及大尺寸产品施工难度大、综合造价高而暂缓生产，优先保障总部陶瓷板产能。尽管广西基地新建产能折旧较高，但其凭借三大优势成为公司盈利水平较高、贡献较大的基地：一是广西基地周边原材料丰富，原料品位高且配方用量大；二是劳动力成本相对较低；三是电力成本优势。 9、行业中小企业出清的主要路径是什么？环保政策和市场化竞争哪个是主导因素？ 答：行业中小企业出清主要受市场化竞争主导，短期内环保政策推动作用有限。当前行业开窑率低，2025 年销量预计降至低谷。后续环保、能耗等政策以及市场竞争压力有望推动行业产能出清，但出清时间周期会比较慢。 10、公司是否计划转型？后续投资并购展望是怎么样子的？ 答：公司以“大瓷砖、大建材、大家居”为发展战略，主营业务仍为瓷砖，也尝试去开展了一些财务性投资，投资目的主要是在风险可控前提下增加公司收益，目前相关投资占比较低，对公司整体影响有限。
关于本次活动是否涉及应披露重大信	否

息的说明	
活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）	无
日期	2025 年 9 月 1 日