证券代码：300464

证券简称：星徽股份

广东星徽精密制造股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2025—002

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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	广发证券、交银施罗德基金、摩根基金、富国基金、兴业全球基金、顺德区上市公司协会
时间	2025年09月18日 14:00-15:30
地点	广东省佛山市顺德区北滘镇工业园科业路三号 广东星徽精密制造股份有限公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 鲁金莲 证券事务代表 朱晔
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、参观公司展厅、介绍公司基本情况；</p> <p>二、投资者交流：</p> <p>1、请介绍一下公司家居五金产品的应用领域及销售模式？</p> <p>答：目前公司家居五金业务主要产品为滑轨、铰链，同时配套水槽、水龙头、拉篮等厨卫功能五金，以及衣服收纳篮、饰品收纳盒等收纳类五金产品。应用领域涵盖定制家居、家具、家用电器、工具柜、卫浴、汽车等行业。</p> <p>销售端采用直销与代理商销售相结合模式，为客户提供产品及售后服务。根据公司产品的特点，公司贯彻大客户导向和</p>

市场导向原则，同步推进代理商渠道建设，逐步扩大销售网络覆盖。通过对大型定制工厂、家具厂、卫浴工厂、工具柜厂商等的直销和对各建材市场、各类中小型工厂、装修工程、零售市场的代理商渠道服务全体客户。在主要城市设有代理商及形象店，能快速响应客户需求。

2、五金企业的核心竞争力主要体现在哪些方面？

答：我们认为主要包括以下几点：（1）研发与技术创新能力，比如电动、智能感应等方面，能否持续推出引领市场趋势、解决消费者痛点、提升消费者体验的创新产品（如智能五金、创新型收纳系统）。（2）精益制造与成本控制能力，通过自动化、信息化、规模化生产，在保证产品一致性和可靠性的前提下，实现最优成本，构筑起坚实的盈利壁垒。（3）渠道网络与客户服务能力，渠道的广度和深度决定了市场的天花板。在 B 端能否与头部客户深度绑定、联合开发；在 C 端能否建立强大的品牌分销体系和零售服务能力。（4）品牌与服务溢价，品牌代表了品质和信任，能够支撑更高的产品溢价。同时，提供从产品选型、设计支持到售后服务的全链条服务，增强客户黏性。

3、国内企业与海外品牌在销售渠道、产品和品牌建设上的差异化优势体现在哪里？

答：国内的家居五金品牌和国外的品牌相比，有以下差异化优势：（1）产品与技术方面，性价比极高，产品迭代和响应市场需求的速度极快。在基础功能五金上质量已接近海外品牌。但是国内的品牌价格比国外的品牌性价比高很多。（2）销售渠道方面，国内的企业从一线城市到乡镇门店全面覆盖，与大量中小家具厂、装修公司、工长建立紧密联系，电商渠道运营灵活。国外的企业大多数都是深度绑定高端橱柜、衣柜品牌，工程渠道稳固。在一线高端零售市场有品牌专区。渠道下沉难度大，对碎片化的装修公司、工厂渠道覆盖较弱。（3）品牌建设方面，国内头部企业在专业领域（B 端）知名度高，通过大规

	<p>模广告投放、明星代言等方式快速提升大众知名度，更擅长数字化营销和流量运营（如短视频、直播）。国外的企业品牌溢价更高，更多的是“高端、可靠”的代名词。</p> <p>4、公司和其他同行业的公司相比，销售模式有什么区别？国内外销售比例，渠道销售占比，直销多还是经销多？</p> <p>答：公司客户群体以工具柜、家具厂、定制家居、卫浴、家电等行业的工业类客户为主，直销占比较多。近年来，为扩大市场覆盖深度与广度，我们大力拓展代理商渠道，形成了“直销与代销相结合”的复合型渠道体系，这与一些同行业企业的发展顺序有所不同。公司目前已在核心城市建立 160 多家代理商渠道，公司的销售渠道主要分为 2 层，包括一级代理商和二级分销商，2025 年上半年，公司五金业务的国内外销售占比各为 50%左右，渠道销售占比约为 30%。</p> <p>5、家居五金行业未来 3-5 年市场主要驱动力是什么？</p> <p>答：（1）存量房二次装修与局部改造需求：中国核心城市房地产进入存量时代，二手房交易和旧房翻新需求已成为稳定且持续增长的核心驱动力。（2）消费升级与功能化、智能化需求：消费者从“有的用”转向“用得好”，愿意为更好的体验（如静音、缓冲、智能感应、个性化收纳）支付溢价，推动高端五金渗透率提升。（3）全屋定制与整家定制的深化：定制家居品牌持续扩张，其对五金配件的功能性、可靠性、协同性要求更高，推动了与头部定制企业的深度绑定与合作开发。（4）制造升级与供应链整合：行业自动化、智能化生产水平提升，头部企业凭借规模效应和精益管理，持续优化成本，提升市场份额。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2025年09月18日