

蒙娜丽莎集团股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2026-001

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 type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他：_____
活动参与人员	方正证券、中泰建材、景林资产、海融鑫投资、中金资本、坤酉基金、抱石投资、苏建鸿（排名不分先后）
时间	2026年1月7日上午10:00-11:30
地点	蒙娜丽莎智能家居公司会议室
形式	现场会议
上市公司接待人员	公司董事、董事会秘书：张旗康
交流内容及具体问答记录	<p>1、2025年行业发展情况以及对2026年的展望？</p> <p>答：2025年陶瓷行业仍延续2024年的发展态势，尚未有明显企稳回升，陶瓷头部企业的市场占有率整体仍处于较低水平。2026年，国家将坚持内需主导，通过大力提振消费，继续实施消费品以旧换新等政策，有望为持续承压的陶瓷行业带来利好。随着国家政策的积极引导，建陶行业在压力中展现出新的发展机遇，未来城镇化推进、改善换新、存量房改造以及公共建筑装饰装修仍有较大市场需求，陶瓷行业有望加速完成结构性调整，逐步夯实企稳发力，行业集中度有望持续提升。</p> <p>2、公司品牌定位情况，与其他行业头部企业的差异？</p> <p>答：公司主要从事高品质建筑陶瓷产品研发、生产和销售，拥有“蒙娜丽莎”“QD”“美尔奇”三个品牌，主要产品包括陶瓷砖、陶瓷板、岩板、瓷艺，是行业陶瓷大板、岩板的开拓者和领跑者，属行业头部品牌。秉承“每个家都值得拥有蒙娜丽莎”的品牌发展理念，公司将蒙娜丽莎融入到品牌文化中并转化为对待产品的要求，与此同时，将蒙娜丽莎的微笑作为营销服务的核心精神，使顾客在感受艺术化产品的同时，享受高品质的服务所带来的精神回报，满足人们多样的生活方式需求。公司一直高度重视产品创新、品质提升和服务优化，增强品牌吸引力，赢得更多消费者的选择，这也是我们未来应长期坚持的方向。</p>

	<p>3、公司今年毛利率逐季改善，后续降本增效还有空间？</p> <p>答：近几年自房地产市场进入调整阶段，陶瓷行业从增量红利时代，步入存量竞争时代，公司及时调整经营策略，开展降本增效举措。后续通过降本增效、精益管理等措施提升竞争力将是常态化工作，但是越往后面降本降费空间将越小，公司将更关注提质增效方面，持续加强产品创新，提升产能利用水平，巩固和改善整体毛利。</p> <p>4、今年公司有什么举措支撑业绩发展？</p> <p>答：公司管理层坚持效益优先与风险管控并重的经营思路，更注重现金流和盈利能力，围绕品质、交付、成品、创新等方面推进各项工作。为实现经营目标，公司将持续推进精益管理，围绕提质增效、创新破局、客户深耕等方面，塑造竞争优势；不断完善品牌价值传导机制，优化经销网络布局，推进渠道精细化下沉；同时，持续升级品质交付体系，提升终端服务质量，以及通过技术创新推出新产品提升核心竞争力。</p> <p>5、公司跨界投资是否计划转型？后续投资并购展望是怎么样的？</p> <p>答：公司以“大瓷砖、大建材、大家居”为发展战略，做强做大陶瓷主业，以“打造百年蒙娜丽莎”为目标，在品质、交付、成本、创新、营收、效益、品牌、绿色、社会责任等维度，进一步夯实基础，实现企业持续、稳步、健康发展。目前公司主营业务仍为瓷砖，在风险可控的前提下开展了一些财务性投资，目前相关投资对公司整体业绩影响有限。后续如发生重大投资，公司将严格按照法律法规及时履行信息披露义务。</p>
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	否
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	2026年1月7日