

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：2026-001

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 checked="" 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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	线上参与公司2025年度网上业绩说明会的投资者
时间	2026年04月30日 15:00-17:00
地点	价值在线（ https://www.ir-online.cn/ ）网络互动
上市公司接待人员姓名	董事、总经理 蔡耿锡 财务总监 吕亚丽 独立董事 毛英莉 董事会秘书 鲁金莲
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1.公司2025年实现扭亏为盈，但归母净利润与扣非净利润差异超2600万元，二者差异的原因？</p> <p>答：尊敬的投资者您好，归母净利润和扣非净利润的2,600万元差异来自非经常性损益，主要包括处置资产收益以及计提的诉讼赔偿款。感谢您对公司的关注。</p> <p>2.精密五金业务高增长的可持续性如何，今年有无明确增长目标？</p>

答：尊敬的投资者您好，精密五金业务2025年内实现了营业收入同比增长10.47%，主要得益于智能制造升级、产品质量提升及渠道拓展。2026年，行业层面，中国作为全球家居五金生产与出口大国，在政策支持、消费升级及全球化趋势下，持续向高端化、智能化转型，为合规龙头企业提供了良好机遇。公司将持续推进以下措施以保障业务可持续增长：1、深化智能制造（如SMOM平台应用），提升生产效率与良率；2、加强国内外渠道建设，扩大终端覆盖；3、依托技术研发强化产品竞争力。此外，全球铰链与滑轨市场（尤其亚太地区）的稳定需求及“一带一路”出口增长（占比达52%）也为业务拓展提供了支撑。感谢您对公司的关注。

3.管理层，为何现金流大幅改善的情况下，本年度不实施现金分红？

答：尊敬的投资者您好，经审计，2025年度公司合并报表可供分配利润-695,482,033.12元，期末母公司可供股东分配利润-29,449,669.18元。根据《公司法》《公司章程》的相关规定，鉴于公司2025年度累计可供分配利润为负值，不满足实施现金分红的条件，根据公司战略发展规划并综合考虑当前的宏观经济环境、公司经营现状和资金状况等因素，为保障公司生产经营的持续稳定和主营业务的发展需要，公司2025年度拟不进行利润分配。感谢您对公司的关注。

4.今年在选品、渠道、海外仓布局上有没有新规划

答：尊敬的投资者您好，根据公司战略规划，2026年公司在选品、渠道及海外仓布局方面将采取以下措施：1、选品策略：公司将延续品牌化路线，重点拓展智能小家电、电源类等核心品类，同时完善厨卫五金、衣柜收纳五金等，构建家居五金生态体系。2、渠道拓

展：国内新增代理网络覆盖国内重要城市，培育高价值战略型服务商，强化全渠道布局。海外市场重点拓展东南亚、中东、中亚等新兴市场，深化现有欧美市场亚马逊等平台及线下大型商超的合作。3、海外仓：公司将延续FBA仓及第三方仓的协同布局，提升美国、欧洲等成熟市场的交付时效。感谢您对公司的关注。

5.公司跨境电商业务2025年收入3.82亿元，同比大幅下滑24.56%，但年报披露该业务盈利能力实现改善。请问在收入规模显著收缩的背景下，该业务盈利改善的具体举措和核心逻辑是什么？

答：尊敬的投资者您好，2025年度公司跨境电商业务板块收入占公司收入的比例为25.78%，通过聚焦核心品类，加强精细化管理，费用同比减少，跨境电商业务毛利率同比增加9.18个百分点，盈利能力较上年同期显著改善。感谢您对公司的关注。

6.请问2025年上半年亏损、下半年盈利的波动原因是什么？是否与行业季节性、业务结算周期相关？

答：尊敬的投资者您好，2025年上半年归属于上市公司股东的净利润为-1,013.67万元，全年实现归属于上市公司股东的净利润486.29万元。业绩波动的主要原因包括：1、非经常性损益影响：上半年因诉讼计提预计负债等非经常性损益-1,939.61万元，对净利润造成短期压力；2、经营效率提升：公司通过智能化升级和效率提升，推动下半年主业盈利能力改善；3、业务结构调整：跨境电商业务通过运营策略及产品线优化，毛利率改善；精密五金业务保持稳健增长。具体可以查阅公司披露的《2025年年度报告》分季度主要财务指标。感谢您对公司的关注。

7.蔡总，请问您如何看待今年家居五金行业的市场

机遇、需求变化和竞争格局？公司将采取哪些措施巩固行业地位，进一步提升核心产品的市场份额？谢谢

答：尊敬的投资者您好，市场机遇方面：1、国产替代进入深水区：随着《轻工业稳增长工作方案》等政策的持续推进，中高端市场对国产头部品牌的接受度显著提高。在技术参数和品质稳定性上，我们已经具备与国际品牌同台竞争的能力，进口替代的窗口期正在加速收窄，这是最大的结构性机遇。2、存量房焕新与消费升级：商务部2025年家装焕新政策的效果将在2026年持续释放。存量房翻新、局部改造带来的功能五金（静音缓冲铰链、滑轨、拉升装置）和收纳五金需求非常旺盛，且用户对“耐用、静音、防锈”等隐性品质的付费意愿明显增强。3、新兴市场增量：RCEP持续降税和“一带一路”合作深化，东盟、中东等新兴市场的出口增长很快。同时，欧美高端客户的订单也在温和修复，但他们对供应链的绿色化、合规化要求更高，这有利于规范运营的头部企业。需求变化方面：1、从“单品购买”到“场景化解决方案”：客户不再满足于单个铰链或滑轨，而是希望获得针对厨卫、衣柜、全屋收纳等具体场景的系统化五金配置方案。2、性能要求迭代升级：基础连接件向“超静音、全缓冲、48小时乃至96小时盐雾测试”等更高标准演进；收纳五金则更强调空间利用率和精细化分类。3、交付与质量的一致性要求苛刻：头部定制家居和工程客户对小批量多批次订单的交付准时率、批次间质量零波动的容忍度很低，这考验的是供应链的数字化和精益管理能力。竞争格局：行业加速出清，集中度提升。在智能化、绿色化转型（受国务院设备更新政策驱动）和原材料成本波动双重压力下，低端产能、缺乏持续研发投入的企业正在加速退出。有技术壁垒、规

	<p>模效应和绿色制造能力的合规龙头企业的市场份额将稳步扩大。公司将采取以下措施巩固行业地位，提升核心产品市场份额：1、深耕主业，构建系统化解解决方案能力；2、打造“质量—交付—成本”的长期铁三角优势；3、精准卡位中高端国产替代与新兴市场；4、强化合规与绿色壁垒下的先发优势。公司将始终致力于成为全球家居五金生态的可信赖贡献者与长期合作伙伴。感谢您对公司的关注。</p>
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	本次活动不涉及未公开披露的重大信息。
附件清单（如有）	无
日期	2026年04月30日