

证券代码：001386

证券简称：马可波罗

马可波罗控股股份有限公司
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"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 电话会议
参与单位名称及人员姓名	通过价值在线（www.ir-online.cn）参与本次年度业绩说明会的投资者。
时间	2026年5月25日 15:00-16:00
地点	公司会议室
公司接待人员姓名	公司董事、总裁谢悦增先生；董事会秘书、财务总监叶国华先生；公司独立董事吴静女士。
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、请问公司 2025 年经营有何亮点？</p> <p>答：2025 年，马可波罗对内精简增效，对外全力开拓。全年实现营业收入 64.58 亿元，实现归属于股东的净利润 12.10 亿元，经营活动产生的现金流量净额 21.00 亿元，盈利能力和现金流保持行业领先，营业收入规模行业第一，市场份额持续提升。</p> <p>公司坚持产品创新驱动和持续深耕渠道建设，持续提升品牌影响力和竞争力。2025 年推出 60 多款产品工艺新、科技含量和品质感高的产品，如超白坯、超平釉、超透工艺产品、密缝连纹高清大理石产品等产品，深受消费者好评，新产品销售情况良好；新建、重建及升级的终端店面超 500 个，持续巩固经销渠道核心竞争优势。</p>

2、公司业绩下半年有何展望？业绩预计会增加或者减少多少？

答：2026年一季度，受春节假期较晚和市场启动偏慢影响，行业整体同比有一定下滑，二季度以来部分城市房地产市场结构性企稳回暖，新房市场大范围止跌，核心城市如广州、深圳、杭州二手房价格开始上涨，成交活跃。

公司通过建设区域赋能中心、推动经销体系下沉、拓展非住宅领域工程、加强与整装企业合作等多种措施，二季度销售环比有所好转。与此同时，以旧换新、二手房装修、旧房改造、适老化改造也给建陶行业带来一定需求支撑。

海外市场方面，公司海外生产基地2026年销售良好，销售额同比有所增长。

3、贵公司成本对比同行有优势的地方在哪里？2026年成本是否仍有进步空间呢？

答：公司生产成本保持行业优势地位，主要是公司聚焦建筑陶瓷，特别是在釉面砖多年积累的经验和制造技术优势，效率优势，以及合理的生产基地布局、规模效应优势、绿色制造优势等因素的共同影响。

近年来，通过坯料配方优化、技术改造与管理改善、循环经济与绿色制造的大力推广，公司持续推行降本增效，极致效率，锤炼内功，精进成本和费用管理，2025年生产成本同比持续下降。

未来，公司将继续实行极致成本策略，夯实制造优势，提升企业核心竞争力，聚力应变，为穿越行业周期积攒动能。

4、公司的陶瓷产品现在处于什么样的市场地位和水平？

答：公司始终坚持以科技创新和文化创新驱动产品升级，精准洞悉市场需求和设计潮流，利用最新陶瓷装备及工艺技术，持续开发行业领先的产品，满足市场需求。

5、请问贵公司2026年价格趋势是怎样的？

答：公司坚持技术创新和产品创新，引领行业高质量发展。通过提升产品品质、优化产品结构、提升高端高价值产品比例、采取灵活和差异化的价格策略、开拓高端工程等方式努力保持公司产品价格。

同时，消费者对“好房子”“好瓷砖”等高品质产品的持续追求，房屋装饰装修风格快速迭代，以及行业5A标准的推行落地，均对公司价格体系形成一定支撑。

6、请问公司在产品研发上有什么举措和成效吗？

答：公司始终坚持以科技创新和文化创新驱动产品升级，精准洞悉市场需求和设计潮流，利用最新陶瓷装备及工艺技术，持续开发行业领先的产品，满足市场需求。

7、制造业绿色发展要求越来越高，请问公司在这方面有什么优势吗？

答：您好，公司的绿色制造水平在国内建筑陶瓷行业内处于领先地位。公司各个生产基地均被授予国家级“绿色工厂”。公司拥有专业的节能管理技术团队，一直持续推进先进的节能管理和节能技术，使公司单位产品综合能耗水平优于国家标准的先进值水平。感谢您的关注。

8、近几年国家一直强调弘扬传统文化、坚定文化自信，公司在文化创新方面都有哪些举措和亮点？

答：您好，公司坚持以文化创新引领品牌高质量发展，打造了行业专业建筑陶瓷博物馆——中国建筑陶瓷博物馆。作为国家 AAA 级旅游景区和东莞市首批工业旅游示范点，博物馆已免费接待各类游客超过 100 万人次。公司拥有一支百余人的工艺师队伍负责文化陶瓷产品的创作和生产，并与中央美院、清华美院、中国美协、故宫博物院、广州美院等单位深度合作。以高新技术提升传统产业，用传统文化塑造全球品牌，秉承“建筑陶瓷艺术化，艺术陶瓷大众化”理念，通过刀笔书画等表现形式融合中国传统文化，对传统瓷砖产品进行艺术化的演绎，相继开发出全新的建筑陶瓷产品系列，包括中国印象、唯美手工砖、马可波罗文化背景墙、晓光墨刻等一系列独创性艺术商品，将中国传统文化之精髓展现在瓷砖上，引导设计之风回归东方禅韵，受到国内外消费者和专家的广泛关注。

9、公司在渠道建设上相比同行头部企业有什么竞争力？

答：公司有行业领先的全渠道经营模式，经销、分销、工程、整装、设计师、新零售等全渠道覆盖，全渠道均在行业具有优势地位。

10、建筑陶瓷未来竞争的方向认为是什么？

答：当前，中国建筑陶瓷行业在持续发挥全球产业影响力的同时，正经历调整与转型并行的关键阶段，在延续存量竞争的同时，消费市场呈现两极分化的趋势，高端产品需求日益增多，行业面临高端产能不足的局面，装饰装修风

格的快速迭代对建筑陶瓷行业的产品快速研发能力、应变调整能力提出了更高的要求，行业竞争由单纯的价格竞争向企业综合能力竞争转变。

复杂多变的外部环境，以及持续的经济增长放缓，使得行业加速从以量驱动转向质效并重发展，产业结构持续优化，绿色发展、循环发展、低碳发展、培育建筑陶瓷行业新质生产力成为行业头部企业未来发展的主要方向。

头部企业凭借其在品牌知名度、生产规模、制造能力、销售网络及产品研发能力等方面的显著优势，有望取得更大的市场份额，不断提高市场占有率。

11、公司海外业务发展前景？是否盈利以及规模增长率？面对竞争对手的时候优势在哪里？

答：公司始终坚持“制造业出海”战略，于2017年在美国建成生产基地，探索建筑陶瓷出海道路，目前美国生产基地稳定生产，2026年销售额同比实现增长。

未来，公司仍将寻求全球产业链优质资源协作，提升工业设计水平及品牌在全球的影响力；同时寻求新兴市场开拓的机会，利用其人工、能源优势，积极拓展全球市场，努力践行企业使命。

12、贵公司最近商业上有什么动作吗？为什么股价一直跌跌不休？

答：公司股价受二级市场多方面因素影响。受房地产市场调整的影响，资本市场对行业整体信心有待重新建立。公司将在深耕建筑陶瓷主业的同时，积极寻求新的业绩增长点，巩固经营效率和盈利能力优势，夯实经营基本面，同时将坚持稳定的分红策略，重视对社会公众股东的合理投资回报，与全体股东共享公司经营发展成果。

13、现金流目前有困难吗？是否对股东有定向增发的需求？

答：2025年，公司经营活动产生的现金流量净额为21.00亿元，公司经营效益良好，现金流稳定充裕。

14、公司当前账面资金充足，除理财和主业投资外，是否有股份回购的计划？后续在市值管理、长期价值提升方面有哪些具体规划？谢谢！

答：公司将在深耕建筑陶瓷主业的同时，积极寻求新的业绩增长点，巩固经营效率和盈利能力优势，夯实经营基本面，同时将坚持稳定的分红策略，重视对社会公众股东的合理投资回报，与全体股东共享公司经营发展成果。

公司将遵循证监会市值管理相关监管要求，做好投资者关系管理、规范信

息披露，采用合规的方式进行市值管理。

15、别家公司董秘经常和投资者互动，请问贵公司为什么很久才互动一次？

答：感谢您的建议，公司高度重视投资者沟通，致力于构建透明、高效的沟通机制，保障投资者知情权，积极响应投资者诉求。公司提供包括投资者关系互动平台、官方网站“投资者关系”页面、媒体采访、业绩说明会、线下调研等多样化的沟通方式，致力于搭建互信畅通的投资者关系。

16、为适配住宅及商业空间全新品质需求，公司在产品上都有哪些升级，未来有什么规划？

答：您好，为适应“好房子”“新国标 5A 标准”对住宅客厅、卧室及商业空间的新品质需求，公司推出奢石系列、8135 臻石系列以及 5A 标准系列等高品质产品，进一步丰富产品矩阵，强化品牌在质感时代的市场引领地位。同时，针对年轻群体对质感的追求和适老化居住需求，公司分别推出当代仿古系列、适老防滑系列，精准契合消费需求，深受消费者喜爱。未来，公司将始终坚持以科技创新和文化创新驱动产品升级，洞悉市场需求和潮流，持续为消费者带来“好产品”。

17、请问城市更新对公司业绩有积极影响吗？

答：国家正在推行的城市更新建设，无论是城市基础设施的更新，还是民生工程的建设，如学校、医院等，对建筑陶瓷都有较大需求。

18、请问贵公司 2026 年价格趋势是怎样的？

答：公司坚持技术创新和产品创新，引领行业高质量发展。通过提升产品品质、优化产品结构、提升高端高价值产品比例、采取灵活和差异化的价格策略、开拓高端工程等方式努力保持公司产品价格。

同时，消费者对“好房子”“好瓷砖”等高品质产品的持续追求，房屋装饰装修风格快速迭代，以及行业 5A 标准的推行落地，均对公司价格体系形成一定支撑。

19、公司营业额与第二名差距不大，如何保住行业龙头地位？

答：公司聚焦建筑陶瓷，有多年的经验和制造技术积累，生产基地布局合理、规模效应优势和人均效率优势明显、绿色制造优势领先；公司通过建设区域赋能中心、推动经销体系下沉、拓展非住宅领域工程、加强与整装企业合作

	<p>等多种措施，保持公司行业竞争力。</p> <p>20、请问贵公司产品是否有探索研发在航天领域、机器人、算力、芯片等领域的运用？</p> <p>答：长期以来，公司专注高品质建筑陶瓷产品的研发、生产和销售。深耕深挖建筑陶瓷主业，整合各方资源打通产业链上下游，为整体人居空间提供高品质的装饰材料及交付服务。未来，基于公司在陶瓷行业多年积累的核心技术、经验等底层竞争优势和资本市场的融资渠道优势，公司将积极对先进陶瓷材料等领域进行了解，寻求新的发展机会。</p>
附件清单	未提供书面材料
日期	2026年5月25日