

证券代码：603180

证券简称：金牌家居

公告编号：2025-065

债券代码：113670

债券简称：金 23 转债

金牌厨柜家居科技股份有限公司 关于接待机构调研情况的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

金牌厨柜家居科技股份有限公司（以下简称“公司”）于近日通过电话会议交流形式接待了机构调研，现将主要情况公告如下：

一、调研基本情况

（一）调研时间：2025年8月28日、8月29日

（二）调研方式：电话会议交流

（三）调研机构名称（排名不分先后）：信达证券、长江证券、同泰基金、财通基金、安信资管、鑫元基金、明河投资、申万证券、华福证券、东财证券、招商证券、国海证券、中信证券、富国基金、国联基金、交银施罗德基金、华泰保兴、兴全基金、中信资管、民生加银基金、广发基金、中泰资管、宝盈基金、华泰证券（上海）资管、大家资管、中国人寿养老保险、长城基金、宏利基金、汇丰晋信、海富通基金、东吴基金、金鹰基金、泓德基金、中信建投自营、中加基

金、海辰投资等机构。

(四) 公司接待人员：董事会秘书及财务总监陈建波、证券事务代表李朝声

二、本次交流的主要问题及公司的回复概况

1、上半年行业整体承压，公司收入端同比小幅度的下降，具体拆分各渠道业务拓展情况？

答：上半年定制家居行业持续承压，地产低迷导致新增需求减少，价格战白热化、渠道碎片化加剧，公司坚定围绕新零售、家装、精装和海外四驾马车业务战略，实现四驾马车协同并进、融合发展。

在行业整体承压、价格持续下探的双重压力下，公司实现营业收入 14.69 亿元，同比下降 3.37%，优于行业平均水平，展现出较强的抗风险能力。具体分业务如下：1) 新零售战略布局初见成效，实现了零售渠道营收 8.2 亿元，同比增长 20.27%；2) 家装渠道营收 2.92 亿元，实现约 30% 的增长；3) 海外在复杂多变的国际形势和贸易壁垒压力下，实现营收 1.51 亿元，同比下降 8.96%，主要原因是受美国关税政策影响，客户观望情绪明显、影响下单节奏，造成美国业务出现阶段性下降，进而对海外业绩形成暂时性拖累；除美国市场外，澳洲、加拿大、东南亚等其他海外重点市场均实现正增长，多元化布局逐见成效；4) 精装业务受地产下行拖累，实现营收 4.39 亿元，同比下降 26.94%，短期虽承压，但随着新渠道布局的持续推进和红安工厂的投产，将为精装市场拓展和极致供应链持续赋能，为之后的破局和增长奠定基础。

2、在当下艰难的市场环境下，公司零售业务表现突出，新零售战略布局落地情况？

答：基于用户一站式采购需求升级、存量房主导带来的局改焕新需求激增，以及流量碎片化、渠道多元化等新趋势，公司近两年全面推进新零售战略布局和转型。截至目前，公司零售窗口店（2023家）、零售家装选材店（1139家）、共享大店（4家）以及社区店（28家）四级店态布局已经初步成型，并完成了全国对应的办事处和平台公司组织架构匹配调整。同时，在整装大趋势下，公司通过整合和拓展相关整装资源，全面塑造商的整装能力为客户提供一站式装修解决方案。上半年，公司零售业务实现 20.27% 的增长，新零售战略布局已初见成效。

3、公司家装渠道业务实现约 30% 的快速增长，未来趋势如何？

答：随着消费者一站式服务需求变化和整装趋势发展，家装渠道已成为业务开拓、提升客户获取效率的关键领域。公司致力于成为“品牌家装公司第一合作伙伴”，形成以零售家装、整装以及家装直供三位一体的家装渠道业务矩阵，不断提升与头部装企（T50 强）的合作覆盖率和腰部装企（M500 强）的合作率，构建多层次客户矩阵，全面提升行业渗透率与生态影响力。

上半年，公司在家装渠道（含零售家装选材店、金牌整家定制馆及家装直供）布局门店达 1458 家，实现收入 2.92 亿元，较上年同期实现约 30% 的增长。

未来随着公司与装企合作（覆盖）率进一步提升，公司家装门店

布局将进一步加快，家装渠道业务将为公司业绩增长提供有力保障。

4、公司在海外投建泰国、达拉斯、马来工厂，上半年海外业务面临承压，出现下降的原因？

答：近年来公司高度重视海外业务的拓展，海外业务已成为公司“四驾马车”业务战略之一。上半年，面对海外市场波动，公司坚定全球化发展战略，加快推进跨国交付体系落地，包括泰国罗勇府生产基地启动全面建设，美国达拉斯卫星工厂已于今年3月初试投产，马来西亚卫星工厂投产在即等，以“(泰国)生产基地+(核心市场)卫星工厂”跨国齐套交付模式已初步成型。上半年业绩出现下降，主要原因是，美国市场受关税政策不确定、客户观望情绪浓厚、影响下单节奏，造成美国业务出现阶段性下降，由于该市场占海外总收入比重较高，对公司整体海外业绩形成阶段性拖累。除美国市场外，澳大利亚、加拿大及东南亚等重点市场均实现增长，有效对冲了美国市场下滑影响，多元化市场布局成效逐步显现。

5、目前大股东增持实施进展？

答：基于对公司未来发展的信心和对公司价值的认可，同时提振投资者信心，公司大股东建潘集团推出了增持计划，计划增持金额在0.55亿元至1.1亿元之间。目前该增持计划在实施过程中，具体增持进展可关注公司后续发布的相关公告。

6、公司发布了飞流AI2.1版本，主要的背景及战略意义？

答：在人工智能重塑各行业的时代背景下，家居产业正迎来智能化变革的重要机遇。我们基于行业深刻洞察，以解决用户获取设计方

案服务成本高、时间周期长的核心痛点和满足用户多样化、个性化设计需求为目标，依托鲲鹏人工智能研究院，打造行业首个飞流 AI 家装设计智能体，解决用户家装家居设计刚需点，通过“设计驱动供应链”的闭环能力构建，真正实现“所想即所见，所见即所得”的家装设计服务体验，让每个家庭都轻松拥有专属 AI 设计师，实现对家的美好想象。

飞流 AI 将成为公司新零售战略的核心流量入口之一，承担引流与沉淀的重要职能，助力公司构建高效私域运营体系，实现流量的精细化运营与精准营销转化。同时，飞流 AI 也将作为公司赋能家装合作伙伴的关键差异化能力，通过流量反哺合作伙伴扩大客源、提升转化效率，进一步强化我们在家装渠道的合作吸引力与战略价值。

通过解决行业核心痛点和客户关键需求点，飞流 AI 作为核心引擎，会进一步驱动公司构建贯通“设计-引流-转化-供应链”全流程闭环的产业互联生态平台，链接泛家居行业生态伙伴，推动行业从碎片化向集约化转型，助力公司由品牌产品型公司往产品型+平台型公司发展。

特此公告

金牌厨柜家居科技股份有限公司董事会

2025年8月30日