

证券代码： 003012

证券简称： 东鹏控股

广东东鹏控股股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号： 2026-001

投资者关系 活动类别	<input 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
参与单位名称 及人员	国金证券、广发证券；汇添富基金、南方基金、长城基金、泰康基金、睿远基金、新华基金、华泰柏瑞基金、阳光资产、天风证券资管、华泰证券资管、易鑫安资产、盘京投资、浙江沃金、恒安标准人寿、国盛自营、真科投资、招商基金管理有限公司、永赢基金管理有限公司、浦银安盛基金管理有限公司、深圳奇盛基金管理有限公司、上银基金管理有限公司、平安养老保险股份有限公司、永安财产保险股份有限公司、摩根士丹利基金管理(中国)有限公司、Goldman Sachs Assets Management (HK) Ltd、方正富邦基金管理有限公司、上海合道资产管理有限公司、中英人寿保险有限公司、创金合信基金管理有限公司、巨杉(上海)资产管理有限公司、浙江益恒投资管理有限公司、深圳国源信达资本管理有限公司、中邮证券有限责任公司、远信(珠海)私募基金管理有限公司、上海国际信托有限公司、德华创业投资有限公司、上海彤心雕珑私募基金管理有限公司、民生通惠资产管理有限公司、国泰海通证券、国盛证券、申万宏源证券等 55 人。
时间	2026 年 4 月 29 日 9:00—10:00、13:00—14:00
地点	国金证券、广发证券组织的线上电话交流
上市公司 接待人员姓名	副董事长兼总经理何颖；董事、副总经理兼财务总监包建永、董事会秘书兼副总经理黄征、财经平台总经理助理谭春甫。
投资者关系活动 主要内容介绍	一、2025 年度和 2026 年一季度经营概述 当前建陶行业仍处于深度调整期，2025 年行业整体开窑率不足 50%，全年陶瓷砖产量 48.60 亿平方米，同比下滑 17.8%，规模以上企业营收下滑超 20%，亏损面

扩大，存量竞争加剧，市场资源加速向头部集中，东鹏在 A 股上市以来，市场占有率持续提升。

2025 年，东鹏在行业下行背景下，凭借稳健的经营策略和核心竞争力，实现营业收入 60.62 亿元，其中，瓷砖大零售渠道收入同比增长 3.98%；归母净利润 3.52 亿元，同比增长 7.15%；经营现金流量净额 8.74 亿元，同比增长 1.81%，实现了高值渠道、净利润与经营现金流等核心指标逆势增长。

分红方面，今年推出每 10 股派 2.50 元（含税）的分配方案，分红比例达 80%，充分体现公司对投资者的回报诚意。

公司渠道与产品结构持续优化，新建及重装升级门店超 500 家，瓷砖旗舰产品收入占比提升，抓住“以旧换新”国补机遇，线上渠道再度登顶天猫、京东瓷砖品类大促榜首，整装渠道开拓头部装企、工程渠道向优质高端转型，卫浴业务向空间解决方案转型。

通过全价值链提质增效，公司毛利率同比提升 0.30 个百分点，瓷砖制造成本同比下降 6.3%，销售与管理费用同比下降 12%；资产负债率维持在 33.98%的较优水平，现金流充裕，抗风险能力持续增强。

技术创新与绿色发展引领行业，第四次荣获中国专利优秀奖，作为陶瓷砖 5A 新国标主导起草单位，获得行业唯一瓷砖与卫浴品类 5A 双认证、国家级瓷砖与卫浴绿色工厂双覆盖，获评建陶行业唯一工信部“绿色供应链管理企业”，Wind ESG 行业最高 AA 级。

2026 年一季度，受行业需求承压及春节时点偏晚的季节性影响，终端市场销售及回款启动延迟，叠加年度停产检修周期相应后移及去年同期低基数等多重因素影响，对当期业绩产生一定扰动，但经营韧性依然突出，旗舰产品收入占比同比提升，瓷砖毛利率同比提升 0.7 个百分点；海外业务销售收入同比增长 51%。整体来看，一季度的短期业绩波动，不会影响公司的长期发展趋势。

展望 2026 年，公司将继续坚持渠道深耕、区域突破、产品驱动的核心策略，以营销为龙头直面市场竞争，通过研产销一体化提升公司整体经营效率与盈利能力。

二、主要交流内容：

Q1：关于 5A 新国标，近期行业关注度较高，在行业竞争激烈的阶段，新国标

的推出会给行业带来哪些变化，是否能有有利推动落后产能出清？作为龙头企业，公司 5A 产品的价格及成本变化情况如何？

A: 陶瓷砖质量分级 5A 新国标是行业洗牌、以标准驱动高质量发展的重要抓手与核心驱动力，将对推动落后产能出清起到积极作用。在行业迎来新国标切换窗口期，东鹏已推出 5A 新国标产品，围绕平整度、防污性、耐磨性、受力强度、尺寸规整五项关键指标，东鹏 5A 质感砖在外观质感与综合性能之间实现更好平衡。东鹏抢抓市场机遇，在今年中国（佛山）陶博会上，2026 春季新品矩阵与 5A 质感砖集中亮相，质臻、尊石、尚木、岩萃、净奢石、微韵石、微理石等系列同步展出，是行业率先推出 5A 展品的企业，目前公司正推进门店上样及新品市场推广。新国标将助力零售渠道品牌认知提升及产品单价优化，从终端表现来看，5A 产品在零售端可实现约 15% 的成交溢价。目前，竞品企业在 5A 产品布局上动作较少，多数仍处于观望状态，部分品牌仅完成从高吸水率向低吸水性率的基础迭代。此外，在整装渠道层面，部分整装品牌为提升自身产品竞争力与市场抢单能力，已要求导入 5A 产品，若整装渠道能够快速起量、建立消费者认知，将进一步加快行业 5A 产品的标准切换与产业变革进程。成本方面，东鹏现有产品的制造质量标准优于老国标，因此升级 5A 标准产品所需的技改成本较少；而行业腰部以下企业若要达到 5A 标准，制造成本预计需大幅提升。

Q2: 近期美伊冲突对建筑陶瓷能源成本的影响有多大？头部与中小企业成本是否出现分化？

A: 中东军事冲突推升原油、天然气价格。由于公司已与燃气企业签订长期供货协议，在国家价格调控政策引导下，受到的影响相对较小；另外，天然气、煤炭在瓷砖制造成本中的占比约 20%，因此，虽然目前燃气价格较冲突前有所上行，但综合看来对公司生产成本影响有限。中小企业大多未签订长期管道气供应协议，主要使用 LNG 气源，受冲击影响较大，部分企业还面临气源供应问题，价格随行就市特征较为明显。

Q3: 2025 年公司销售费用率和管理费用率有所下降，想请教过去一年降费措施是什么？

A: 2025 年销售费用、管理费用实现下降，主要源于三方面举措：一是优化组

织及人员结构、提升运营效率，压降人员相关费用；二是广告促销与品牌投放实现精准化投放；三是持续推进仓储物流体系优化等。

Q4: 过去几年行业价格竞争激烈，目前竞争是体现在综合能力上，还是价格仍有下行风险？

A: 行业调整期，存量竞争态势仍将延续。近年，公司凭借庞大且扁平的营销渠道核心竞争力和关键举措，在稳定毛利率、提升盈利能力方面积累了较多经验与资源，后续将通过各渠道差异化策略及结构优化，对冲价格下行带来的压力。

Q5: 2025 年全国瓷砖产量 48.6 亿平米，同比双位数下降，如何看待当前瓷砖行业的供需及出清情况？

A: 近年行业腰部及尾部产能出清态势明显，从行业格局来看，工程渠道进一步向优质工程项目收敛，下游客户品牌选择门槛持续提高，头部品牌已成为工程渠道的主导力量；整装赛道方面，各大整装企业持续收缩供应商名录，品牌合作准入门槛大幅提升，头部品牌主导格局将进一步加速行业产能出清。行业最终格局或将形成头部品牌、具备区域成本优势工厂与小而美特色品牌共存的态势。

Q6: 近期一季度一线城市二手房成交比新房好，这一情况是否反映在终端需求上？

A: 今年 3 月份，在上海等公司直营的一线城市，已能看到终端流量及订单的积极变化，但政策刺激对市场复苏的持续性仍有待观察，其他市场的止跌回稳进程也还需时日，整体仍延续去年 Q4 的市场活跃度。我们期待国家能出台更具驱动力的政策与资源，带动市场整体回暖。政策层面，国家正积极推动房地产市场止跌回稳，限购优化、首付比例降低、房贷利率下调等精准松绑措施已陆续落地，未来消费市场及建材行业的业绩提升关键在于市场信心与预期的修复。

Q7: 去年东鹏成功中标贝壳整装，头部装企在做品牌聚焦，整装渠道是否带来行业整合出清？

A: 头部整装企业在经营竞争中注重成本、效率与客户满意度，会持续收缩供应商合作范围，以此提效降本。同时对供应商的本地化服务能力、项目落地能力，以及全国代理商布局、门店网络、仓储物流和上门服务能力均提出较高要求。这一

过程将推动行业整合、实现良币驱逐劣币，也有利于东鹏等具备全链条、体系化综合实力的头部企业。

Q8：东鹏是行业中瓷砖卫浴均有规模的企业，如何进一步做好卫浴业务？

A：目前，在建筑卫生陶瓷行业中，同时将瓷砖与卫浴业务做到较大规模的企业仅有东鹏，公司将把这一独特优势转化为市场发展机遇。卫浴业务将聚焦渠道深耕与产品升级，实现降本增效；紧抓二手房装修、旧房改造、适老化改造等市场机遇，打造瓷砖卫浴一体化解决方案，在旧改整体空间的产品与服务交付上实现突破，同时积极布局拓展智能卫浴产品相关业务机会。

Q9：如何看待竞争格局的未来演变？

A：市场格局决定行业结构，一方面，整装渠道占比上升，零售渠道从新房转向二手房装修、存量房品质住宅升级，采购方对品牌的敏感度越来越高，这将成为行业洗牌的驱动力；另一方面，能源价格上涨、双碳政策及合规化要求提升等供给侧因素，将加速不具备品牌溢价、不具备技改升级和合规经营能力的企业出清。企业的渠道与组织能力至关重要，行业竞争已不再是单纯的价格竞争，服务能力、交付能力、品质稳定性等是核心竞争要素，行业整合出清为具备体系化优势的头部企业带来发展机遇。

Q10：2026 年行业价格是否企稳和应对举措？

A：近年行业价格竞争日趋激烈，规模以上企业亏损面持续扩大，多家一二线品牌已接近盈亏平衡点。价格下行压力主要来自整装、工程渠道头部企业间的市场竞争。公司将通过优化产品结构、提高旗舰产品销售占比、提升门店运营效益等举措，维持整体价格平稳运行，今年一季度公司瓷砖事业部毛利率同比提升 0.7 个百分点。

Q11：2026 年一季度毛利率阶段性承压的原因是什么？

A：本期毛利率表现符合行业季节性波动特点，一季度为全年传统经营淡季，受春节停工影响，生产开工率不足，停工损失、折旧、人工等固定成本分摊导致单位成本偏高，因此一季度通常是全年毛利率最低的时段，公司 2026 年一季度毛利率与去年一季度基本持平。

	<p>Q12：一季报显示公司海外业务营收实现 51%的增长，出海业务重点区域、发展策略及收并购计划？</p> <p>A：海外业务方面，公司深耕“一带一路”重点市场，稳步拓展优质海外客户，重点区域经营成效逐步显现，今年一季度，国际业务销售收入同比增长 51.18%。公司在推进国贸业务的同时，布局境外机构，探索海外产能构建。</p> <p>Q13：公司未来分红策略如何？是否会提升分红比例或实施中期分红？</p> <p>A：公司现金流充裕，资产负债率 34%、结构较优，未来将保持稳定的分红策略。公司将综合考量经营业绩、现金流状况、大额资金使用安排等情况，在兼顾企业长远发展与股东合理回报的基础上，统筹分红策略安排。</p> <p>Q14：受地产企业流动性影响，信用减值单项计提的情况？</p> <p>A：2025 年末信用减值同比减少 13.76%，存货跌价准备同比减少 5.6%。目前信用减值主要是组合计提，如果市场环境好转，信用减值规模有望有所下降。公司同时加大历史长期欠款的催收力度，针对部分确实难以回款的地产类应收款项，将通过以房抵债、诉讼等多种方式化解应收账款风险。</p> <p>以上内容未涉及内幕信息。</p>
附件清单（如有）	未提供书面材料。
记录日期	2026 年 4 月 30 日