证券代码：603180　　证券简称：金牌家居　　公告编号：2026-067

转债代码：113670　　转债简称：金 23 转债

金牌厨柜家居科技股份有限公司
关于 2026 年第三季度业绩说明会召开情况的公告

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法律责任。

金牌厨柜家居科技股份有限公司（以下简称“公司”）于 2026 年 11 月 12 日在上海证券交易所上证路演中心（网址：http://roadshow.sseinfo.com/）以网络互动的方式召开“2026 年第三季度业绩说明会”。现将会议召开情况公告如下：

一、业绩说明会召开情况

2026 年 11 月 12 日，公司通过上海证券交易所上证路演中心（网址：http://roadshow.sseinfo.com/）以网络互动的方式召开“2026 年第三季度业绩说明会”。公司董事长温建怀先生，董事温建北先生，独立董事朱爱萍女士，财务总监及董事会秘书陈建波先生出席了本次业绩说明会。公司针对 2026 年第三季度的经营成果及财务指标的具体情况与投资者进行互动交流，并就投资者关注的问题进行了回复。

二、投资者提出的主要问题及公司的回复情况

1、今年地产、家居行业持续下行，公司收入、利润承压，请问公司降本增效各项举措的落地成效以及后续业绩修复预期？

答：今年前三季度，房地产市场仍处在深度调整阶段，家居终端需求偏弱，叠加行业价格竞争进一步加剧，行业整体收入、利润承压。面对行业周期调整，公司以“三曲线”战略为引领：坚定新零售、家装、精装、海外“四驾马车”协同发展，夯实“整家定制”第一曲线，做强“飞流 AI 平台”第二增长曲线，探索“拓展家居产业 AI 应用边界”第三增长曲线。

同时，公司以数字化、智能化强化研产供销协同联动，以全链条精细化运营实现系统性降本增效；组织管理上持续优化组织架构、整合职能、压缩管理层级，打造高效敏捷的组织体系，推动资源向核心战略聚焦。

后续随着家居终端需求逐步修复、“三曲线”战略稳步推进，叠加各项降本增效举措持续落地见效，公司经营业绩有望在今年四季度逐步改善，努力为股东创造价值。

2、分渠道看，公司国内业务承压，海外业务实现双位数增长，请问公司海外业务布局情况以及未来趋势？

答：近年来，公司高度重视海外业务的拓展，坚持零售+工程双轮驱动，重点打造北美、澳洲、新马泰、中东等区域样板市场，并根据区域消费市场构建敏捷高效的本土化管理体系。

今年 1-9 月，海外业务实现营收 2.51 亿元，同比增长 12.70%。其

中美国市场方面，为更好适配当地市场拓展需求，公司主动梳理优化泰国供应链布局，强化供应链溯源与本地化配套能力，得到美国客户高度认可，在手签约订单同比实现翻倍增长。

除美国市场外，伴随澳洲业务模式优化升级及合资服务中心落地，澳洲市场营收增速亮眼；中东市场受地缘局势影响，部分项目落地节奏有所延后，但前端签约规模实现快速增长，为后续业绩释放积蓄动能，全球化多元市场布局成效逐步显现。

3、公司上半年战略投资加拿大 RIFO，借助其经纪人网络拓展北美家居市场。未来在海外本地渠道、安装交付及家装服务领域，是否考虑继续通过股权合作引入具备成熟运营网络的外部企业，提升海外订单转化及服务能力？

答：公司高度重视海外业务的拓展，依托国内外生产基地规模化制造优势，结合美国达拉斯、马来西亚卫星工厂敏捷交付能力，持续完善高效协同的跨国一体化齐套交付体系。同时，多点布局海外零售、工程业务，其中海外零售方面，持续打磨北美本土定制业务模式，推动 RTA 合作商向半定制转型、提升零售半定制订单转化率；目前已在北美区域布局 RTA 分销商 20 家、零售经销网点 36 家，在北美以外区域布局品牌专卖店 19 家、渠道店 20 家。海外工程方面，以 FOB 或工程代理商模式为主，持续完善本地化配套及售后服务体系，推进区域工程业务拓展。

此前公司通过战略投资 RIFO，打通购房、设计、装修、家居的消费链路，实现 C 端客户高效转化，构建由金牌自有渠道、RIFO 经

纪人、金牌北美飞流 AI 共同组成的多元流量入口。目前公司暂无通过股权合作引入外部企业的计划。

4、定制家居企业这两年都在调整大宗业务的比重，请问公司目前大宗业务占比多少，未来是收缩还是精选客户继续做？整装渠道的合作模式？

答：今年前三季度大宗业务收入占比约 30%。公司大宗业务坚持“稳健经营、蓄势未来”策略，一方面深耕国央企优质客户，另一方面拓展保障安居、城投城建、酒店公寓等细分赛道，新渠道签约达成预期目标。

家装业务方面，公司坚定践行“做家装第一合作伙伴”战略定位，依托零售家装、整家大家居、家装直供“三位一体”业务体系，扩大头部 T50、腰部 M500 装企合作覆盖率，构建多层次家装客户矩阵，强化行业服务能力与生态影响力。同时，依托长期沉淀的数字化能力助力合作装企转型；加快“飞流 AI”家装设计智能体商业化落地，助力装企提升获客与设计转化效率；设立星链优材，全球甄选优质源头供应商，为装企提供主辅材一站式采购方案，赋能合作装企，推动行业向标准化、智能化、一体化转型。

5、关注到公司飞流 AI、飞流九天平台迭代了新版本，产品日趋成熟，建议公司加强宣传推广，请问目前飞流 AI 商业化进展？

答：公司持续推进飞流 AI 产品迭代与功能优化，加速飞流 AI 商业化落地。当前飞流 AI 已升级至 3.5 版本，实现从“会设计”到“会决策”的产品升维。依托公司现有渠道服务体系，飞流 AI 已覆盖全

国 300 余个城市，包含一二三四线城市及县级市，具备家装一体化解决方案服务能力，可满足线下定制、家装、局改等业务需求。

截至目前，飞流 AI 平台累计访问量约 60 万人次，月活跃用户约 4 万人。结合当前增长态势，预计飞流 AI 平台明年累计访问量有望突破百万人次。伴随产品迭代与流程优化，转化率持续提升，有望带动营收增速加快，推动业务全面进入贡献期。

6、飞流 AI 面向 C 端消费者，飞流九天赋能家装设计师，两者合力打通“获客—转化—供应链变现”闭环，形成生态协同。请问飞流九天平台入驻的设计师规模、活跃用户数以及付费转化情况如何？

答：飞流九天定位为家装设计师创业赋能平台，围绕超级 AI 助理、精准客资分配、供应链与高效交付三大核心功能，搭建“流量获客—转化锁客—供应链变现”的全链路赋能体系，与飞流 AI 形成生态协同。

截至目前，公司已通过多场大型设计师沙龙等渠道触达数万名设计师，预计到 2026 年底实现平台入驻设计师（含门店导购）2 万余人，其中活跃用户数占比达到 30%。当前飞流九天尚处于付费转化的早期测试阶段，付费转化比例稳步提升。明年依托体系内外设计师、门店导购、线上直播及线上推广、异业推广等多渠道推广，飞流九天有望突破十万注册人数目标。

特此公告。

金牌厨柜家居科技股份有限公司董事会

2026 年 11 月 13 日