

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： 2025-01

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（线上电话交流）
参与单位名称 及人员	华夏基金、国金证券、文渊资本、广发证券、华源证券、东吴证券、天风证券等 10 人。（排名不分先后）。
时间	2025 年 2 月
地点	东鹏控股总部大楼 25 楼会议室和产品展厅
上市公司 接待人员姓名	董事会秘书兼副总经理黄征、证券事务主管陈虹
投资者关系活动主要 内容介绍	<p>主要交流内容：</p> <p>1. 请介绍东鹏近日公告的设立丽适家居子公司的情况？</p> <p>公司 2 月 25 日披露了《关于投资设立子公司并完成注册登记的公告》，东鹏此次与丽适携手是品牌力量、人才资源、渠道优势及产品创新的深度整合，公司将秉持长期主义精神，坚守高端品牌定位，共同塑造岩板新质发展模式，以差异化的服务和交付能力打造竞争优势。此次合作是公司战略布局的重要举措之一，有助于增强公司在高端岩板领域的竞争力，推动公司高质量可持续发展。</p> <p>公司本次投资达成与丽适科技的战略股权合作，谋划高端岩板领域布局，共促行业岩板品类创新发展，坚守“高端岩板，全案交付”初心，旨在打造岩板差异化产品矩阵，塑造“岩板材料综合解决方案提供商”品牌定位。</p> <p>通过成立合资公司的方式，东鹏将整合注入丽适科技在高端岩板领域的产品创新及全案交付能力，与东鹏控股的品牌、渠道和供应链优势，完善公司高端岩板产品和渠道矩阵，以满足高端住宅和商业空间对高品质、个性化建材的需求，通过深</p>

耕高端零售、专业家居定制、发力高端工装、布局全球海外，进一步扩大公司在高端岩板领域的市场份额。

2. 《2024 年度业绩预告》业绩变动的主要原因？

本报告期，公司预计实现营业收入约 64.70 亿元，归属于上市公司股东的净利润 3.03-4.11 亿元。业绩变动的主要原因是：1、2024 年，建陶行业需求继续减弱，供过于求问题突出，市场竞争从增量竞争转为存量竞争，价格战进入白热化阶段，行业整体面临进一步挑战。由于市场环境变化对行业造成的冲击，公司本期营业收入同比下滑，对当期净利润目标的达成产生了一定的不利影响。2、卫浴和生态新材业务仍处于发展期，需进一步提升规模效应，以改善对公司的盈利贡献。

3. 建陶行业的出清情况？在建陶行业下行期，东鹏近三年仍能保持市场占有率提升难能可贵，公司的经营举措主要有什么？

在国家环保、双碳政策的进一步收紧，市场存量竞争的背景下，行业将继续维持优胜劣汰的市场格局。据“2024 陶业长征——陶瓷砖（瓦）产能调查”数据显示，2024 年全国各大产区陶企数量继续呈减少态势，从 1040 家减少到 938 家，减少 102 家。

据公司《业绩预告》显示，2024 年，面对市场变化，公司坚持聚焦主业，瓷砖产品实现营业收入约 54.00 亿元。在行业需求下行阶段，东鹏在上市陶企的市场占有率稳步提升，继续保持同行业上市公司营收、利润头部企业地位。

公司通过持续的产品迭代和精细化流量运营，稳定零售业务的基本盘。推动品牌升级，公司 DPI CASA 品牌战略发布、IW 品牌升级；推出“奶油风”“轻奢风”风格战役；蝉联天猫、京东“双十一”瓷砖品类排行榜 TOP1。整装业务连续两年实现突破，全年实现同比增长约 8.07%。工程业务坚持稳健发展策略，积极开拓专业工程细分市场和工程运营平台。同时，通过严控信用政策，加强回款，积极去库存、优化库存结构，使得减值损失有效下降。在供应链与运营管理方面，公司持续苦练内功，通过实施有效的供应链管理和精益制造举措，瓷砖产品的单位制造成本进一步降低，以应对市场下行压力。同时，公司通过实施严格的费用控制措施，进一步降低了管理及销售费用，提升运营效率。

4. 请介绍一下东鹏作为建陶行业首家入选工信部“绿色供应链管理企业”名单、重庆基地与江西基地获“国家级绿色工厂”的情况？

近日，工业和信息化部办公厅发布《关于公布 2024 年度绿色制造名单的通知》（工信厅节函〔2025〕33 号），名单涵盖了 1382 家绿色工厂、123 家绿色工业园区、126 家绿色供应链管理企业。东鹏控股入选“绿色供应链管理企业”名单，是建陶行业中唯一获此殊荣的企业，继清远基地之后，本次重庆基地与江西基地均荣获“国家级绿色工厂”称号。

历经 53 年发展，东鹏控股不断完善绿色生产管理体系，致力于打造从绿色原料到绿色生产、超低排放、属地供应的全链路生态。通过构建属地化供应体系，东鹏控股确保原料供应半径内 90%以上的覆盖率，有效降低运输过程中的碳排放。同时，依托中心仓、销售仓及共享仓的仓储网络，构建起以生产基地为中心、辐射半径 500 公里的区域化供应物流体系，进一步提升供应链的绿色化水平。

东鹏控股重庆基地作为西南陶瓷生产基地的重点布局，持续推进“无废工厂”建设，通过污水处理设施实现工业废水废渣的资源化循环利用，积极开展工业固体废物的资源化利用工作。江西丰城生产基地，不断完善生化处理系统，引入先进辊道窑设备，实现温控调节的全自动化，节能降耗。

5. 东鹏控股拓展专业工程细分市场，切入医养赛道，打造适老化医养空间，布局银发经济的情况？

我国中老年消费市场规模潜力巨大，亟待重视和投入，医养是中老年日常消费以外的最大消费领域。公司积极开拓专业工程细分市场和工程运营平台，切入医疗康养赛道，提供医养空间的整体解决方案，以创新性技术搭建医疗康养产品体系。东鹏“健康关怀”医疗空间赋能解决方案的四大理念：强调安全与高效，追求绿色与低碳，注重造价与维护的平衡，以及融合美观与人文；四大系统涵盖墙面系统、地面系统、卫浴系统以及装配系统。通过这些绿色生态产品，打破人们对医院的刻板印象，为老年人打造一个颜质兼备、温馨舒适的疗愈空间，不仅在功能上满足了医院的特殊需求，更在细节上体现了对患者，特别是老年人的关怀与尊重。

6. 东鹏控股与小红书、西卡德高以及中国建筑学会继续深化合作的情况？

在 2025 年东鹏瓷砖全国经销商峰会上公司与小红书平台、西卡德高以及中国建筑学会进一步深化合作，旨在凝聚共识，深化合作。作为生活方式分享和消费决策平台，小红书为用户提供了丰富的产品信息和多样化的生活方式建议。据《2024 小红书居住趋势》显示：过去两年里，家居家装内容在小红书上笔记数量增长了 87.3%，相关品类搜索量增加了 403%。2024 年度，东鹏瓷砖在小红书上的搜索量持续攀升，稳居瓷砖赛道 TOP1。

2025 年，东鹏控股将继续携手小红书平台，聚焦宝藏新品 IP，共同推出瓷砖细分品类下的赛道 No. 1 明星旗舰产品——“天生多面手”微韵石系列。作为小红书平台级新品营销 IP，“宝藏新品”将帮助东鹏瓷砖基于平台数据和用户洞察，强化产品卖点，实现精准营销，为其新品的高质量生长提供有力保障。

公司与瓷砖胶等辅材领域的头部企业西卡德高的合作，在业务形成互补互促，赋能各自优势渠道，实现双向共赢，合作将聚焦于产品创新、会员营销及门店交付服务等领域。

室内设计领域正经历深刻变革，新技术、新材料、新思维层出不穷。公司精耕专业工程细分赛道，期待与中国建筑学会携手，共同探索设计新纪元，激发创新灵感，合力构筑宜居美好人居。

7. 东鹏除了卫浴产品外，瓷砖也列入“以旧换新”的国补范围，请介绍一下进展情况？

国家出台《关于加力支持大规模设备更新和消费品以旧换新的若干措施》，东鹏率先响应，积极推动家装消费品以旧换新政策的落地实施，东鹏瓷砖成为行业以旧换新首个入库品牌，2024 年在全国开放瓷砖品类国补的 197 个地级市的入库率 97%。东鹏瓷砖、卫浴、护墙板等多品类、多品牌参与。

新春伊始，2025 年新一轮瓷砖品类“以旧换新”国补在全国各大城市陆续拉开序幕，东鹏全面启动以「来东鹏抢国补，折上折再省 20%」为主题的 2025 “春装周”品牌大促活动，全新推出的微韵石系列，将以全能姿态诠释现代家居美学，在国补政策基础上叠加多重福利，为消费大众带来更高品质的家装选择，赋予家更多美好可能。

	<p>8. AI 技术的创新在东鹏的应用情况？</p> <p>2025 年 2 月 12 日公司向全集团发布关于“关于全面推广 AI 工具应用提升工作效率的通知”，持续推动数字化转型。面对 AI 技术的迅猛发展及其在各行各业的广泛应用趋势，东鹏控股敏锐洞察其潜在价值，积极探索 AI 技术在生产、营销、经营管理及创新应用等多维度的融合路径。此次全面推广 AI 工具应用，东鹏旨在通过 DeepSeek、文心一言、豆包、KIMI、通义等前沿 AI 技术，大幅提升工作效率，深化数字化转型。公司要求各部门及下属单位高度重视 AI 技术应用，将其作为降本增效、优化决策、创新模式的重要手段。同时，明确了 AI 工具应用的重点方向，包括但不限于通用型效率提升、业务流程自动化、数据分析与挖掘、智能客服与营销以及产品研发与创新等多个领域。此前，东鹏已与百度文心一言达成合作，成为其首批生态合作伙伴，应用在消费者服务领域，提升了客户服务体验。此外，公司还与迈富时达成合作，利用迈富时的 AI 智能营销技术实现数智化转型升级，共同打造陶瓷行业全链路智能营销解决方案。随着 AI 技术的不断发展和应用场景的不断拓展，公司将继续探索 AI 技术在更多领域的应用可能性，推动公司向智能化、高效化方向转型，并持续关注行业动态和技术发展趋势，不断优化和完善自身的 AI 技术应用体系，推动建陶行业的智能化转型和高质量可持续发展。</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	2025 年 2 月 26 日