

广州海鸥住宅工业股份有限公司投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访	<input checked="" 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"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 电话沟通
参与机构名称	线上参与 2023 年度网上业绩说明会及会前参与问题征集的投资者		
时间	2024 年 5 月 9 日 15:00-17:00		
地点	全景网“投资者关系互动平台”（网址： https://ir.p5w.net ）		
上市公司接待人员	董事长陈巍先生、总经理王瑞泉先生、独立董事程顺来先生、董事会秘书王芳女士、财务总监石艳阳女士		
投资者关系活动主要内容介绍	<p>2023 年度网上业绩说明会互动交流主要问答如下：</p> <p>1、请问，截止今天当日收盘，股东人数为多少？</p> <p>答：您好！截至 2024 年 04 月 30 日公司股东数为：33,004 户，感谢您的关注！</p> <p>2、为什么越南工厂没有利润？还没开工建设吗？</p> <p>答：您好！公司越南厂已于 2022 年顺利完成部分客户验厂并首柜出货，2023 年度净利润为-2,602.78 万元，主要由于前期投入固定成本较大需要摊销，而销售出货未达预期，短期内压力较大，但后续订单持续在快速增长，有助外销业务业绩达成。同时，越南工厂已陆续获得更多国外客户的认证并争取到新产品开发的业务机会，因此越南工厂也将尽快完成产能爬坡、客户验厂及新品交付等工作，争取持续为海鸥越南工厂业绩增长提供支持。感谢您的关注！</p> <p>3、针对年报亮点中第三点，请问公司在面对市场竞争风险时，除了加强市场</p>		

研究外，还有哪些具体的市场策略或产品创新计划来增强公司的市场竞争力？

答：您好！（1）为顺应市场变化以及逆全球化的发展趋势，公司采取外销及内需市场并重的双循环策略，着力推动与国外重要客户的合作纵深，加速建设一带一路国际市场；同时持续深化内销战略客户的合作，提升内销业务市场份额，打造高品质装配式内装工业化服务。公司在内需市场采取 CHINA-ASEAN 布局，将中国+东盟十国以共同市场+共同供应链持续发展。同时公司在 RCEP 地区越南投资建厂，实现以中国工厂服务内销及欧洲市场、越南工厂服务美国市场以及未来 RCEP 成员国的布局；借助国家对一带一路政策的推进和 RCEP 协定的生效，助推公司一地设计多地制造的长期发展战略快速落地和实施，为公司长期稳定的发展提供有利保障。（2）创新设计能力为公司的核心竞争力之一，公司产品设计除了在原有功能实现的基础上，逐步转变为差异化定位、多元产品设计，创新驱动朝着智能化、节水节能、适老化、健康监测、产品薄型化、轻量化、安全、人性化、品质生活等方向发展。研发设计团队持续聚焦健康、安全、节能等议题，紧跟全球最新的风尚趋势，融入品牌理念和技术创新，不断呈现产品设计创新成果，以满足消费者对卫浴、五金、智能化以及整体空间等个性化和差异化的需求，推动行业革新产业升级。公司持续不断优化、迭代、创造更符合消费者品质升级型需求的产品，塑造更智能化、理想化的厨卫空间生活场景，引领生活方式更舒适、可持续发展。近年来公司设计团队自主设计的多款产品斩获德国 Red Dot、iF、G-Mark 等国际工业设计大奖共计 99 项，展示了公司的研发设计能力，产品设计成果将不断的转化为实际订单，持续推动产业升级，拉动公司未来的业务增长。感谢您的关注！

4、您好！我来自四川大决策，公司在智能化家居等方面是否有业务布局？

答：您好！公司智能家居板块以控股子公司珠海爱迪生独立运营，依托爱迪生自有品牌，致力于暖通智能控制、空调智能控制、系统集成及物联网科技产品的深度研发、生产与应用。珠海爱迪生拥有研发中心专门负责产品设计与研发，已获得多项发明、实用新型、外观专利及软件著作权等科技成果，研发设计的多种产品通过了美国 IAPMO、英国 WRAS、英国 NSF、欧洲 EN215 和欧洲 A 级节能等多项国际认证，并通过中国质量认证中心 CQC 认证、国家建筑工程质量监督

检验中心、建设部供热质量监督检验中心、国家建筑材料测试中心等多个专业检测机构检测，具有节能、环保、舒适、安全的产品优势，销路遍及美国、英国、德国、澳大利亚、土耳其等欧美发达国家。珠海爱迪生为新三板创新层非上市公众公司，证券代码：837831。感谢您的关注！

5、您好，请问能否介绍一下控股子公司具体哪些资产出现减值使得公司出现亏损？

答：您好！截至2023年12月31日，公司对存在可能发生减值迹象的应收账款、应收票据、存货、固定资产等资产进行全面清查和减值测试。主要是公司控股子公司持有恒大地产商业承兑汇票逾期未能兑付，公司对恒大相关资产（包括应收账款、应收票据、存货）的可回收性进行了综合分析评估，认为减值迹象明显，按100%计提资产减值准备。此外，受房地产市场低迷、消费力疲软等行业诸多因素影响，公司对相应的瓷砖、整装卫浴等业务的存货、应收账款进行计提减值准备。感谢您的关注！

6、海鸥住工一直以海外代工为主，为什么不考虑把自己的品牌做大做强？建议董事长认真考虑！谢谢！

答：您好！公司主要从事装配式整装厨卫空间内高档卫生洁具、陶瓷、浴缸、淋浴房、浴室柜、整体橱柜、瓷砖等全品类部品部件的研发、制造和服务，在智能家居领域主要从事智能门户、安防工程的持续布局。面对逆全球化的趋势及国内预期转弱等背景，公司将持续整合产业链内优质资源，不断拓展业务机会，抓住市场机遇，持续发展装配式整装，以带动产业链内整装卫浴、瓷砖、整体橱柜、陶瓷、五金龙头等全品类自有品牌的大力发展。同时应对全球市场变化，公司采取外销及内需市场并重的双循环策略，在制造服务方面，原有国内制造服务基地的布局下，增设越南大同奈和巴顿两个制造服务基地，以配合主要品牌客户“中国+1”供应链分散要求来稳定外销订单，控股子公司越南大同奈原主营 Taicera 瓷砖知名品牌，逐步将增加厨卫产品，经由越南七个分公司进行销售并扩增市场。在内需市场方面，公司将采取 CHINA-ASEAN 布局，将中国+东盟十国以共同市场+共同供应链来发展。感谢您的关注！

7、请问陈董事长，针对 2023 年度的亏损，公司管理层是否会采取包括但不限于减薪等措施，以示对公司业绩负责？

答：您好！根据公司《员工薪酬福利政策》，在公司任职的员工由固定薪酬与可变薪酬构成，固定薪酬为基本工资保持稳定，主要根据职工所承担的职责、风险等确定，并参照公司人均薪酬增幅进行调薪。可变薪酬为绩效奖金、年资奖金等构成。2024 年，公司经营主题为『执行力年』，战略的成功在执行的纪律，为进一步建立和完善公司的绩效考核体系和激励约束机制，把目标、计划层层分解落地，公司执行计时人员绩效考核机制，千斤重担人人扛，通过高效的绩效体系推动公司业绩的持续增长。各单位采取“经营绩效成果”控制，实行计提经营绩效成果的绩效奖励模式，单位负责人对本单位业绩负责。绩效考核结果与净资产收益率（ROE）挂钩，ROE 达成目标作为绩效奖金核发的触发唯一条件（充分且必要）。根据绩效达成情况进行考评，将考评结果作为奖金的发放、薪资调整、人员晋升、淘汰的依据。感谢您的关注！

8、公司在智能家居领域的布局进展如何，是否有具体的研发成果及产品转化？

答：您好！公司智能家居板块以控股子公司珠海爱迪生独立运营，依托爱迪生自有品牌，致力于暖通智能控制、空调智能控制、系统集成及物联网科技产品的深度研发、生产与应用。珠海爱迪生拥有研发中心专门负责产品设计与研发，已获得多项发明、实用新型、外观专利及软件著作权等科技成果，研发设计的多种产品通过了美国 IAPMO、英国 WRAS、英国 NSF、欧洲 EN215 和欧洲 A 级节能等多项国际认证，并通过中国质量认证中心 CQC 认证、国家建筑工程质量监督检验中心、建设部供热质量监督检验中心、国家建筑材料测试中心等多个专业检测机构检测，具有节能、环保、舒适、安全的产品优势，销路遍及美国、英国、德国、澳大利亚、土耳其等欧美发达国家。感谢您的关注！

9、海鸥住工在适老化产品方面有何布局？

答：您好！随着我国高龄老年人、空巢老人、失能老人日益增多，急需各类服务与产品，集医疗、健康、养老于一体的医养融合方向是未来发展趋势。自 2020

年以来，公司整合集团创新产品，致力于为用户提供包括整装卫浴、智能门户、装配式内装板材、智能卫浴设备、杀菌智能坐便器等在内的医养空间快装安全系统方案，具有快速、健康、安全、绿色、智能化、人性化等特点。公司参与制定了《装配式适老化卫生间》、《装配式适老化卫生间应用技术规程》等标准，2021年度公司自主设计的迪朗康养空间获得2021年德国iF设计奖和中国智造奖。后续，公司将积极拥抱智能制造技术、探索智能化、个性化、节能环保、健康安全、集成化设计、自动化生产以及人工智能和大数据的深度融合，持续提升技术研发与产品创新能力，不断增强公司核心竞争力。感谢您的关注！

10、陶瓷卫浴品牌的市场竞争格局激烈，请问海鸥住工有什么核心竞争力能在这样的环境中立足？

答：您好！公司自1998年成立以来一直聚焦卫浴主业，是全球知名厨卫品牌的制造服务提供商，在卫浴主业制造、研发、设计和服务能力方面形成了较强的核心竞争力。同时公司持续整合产业链内优质资源，不断拓展业务机会，抓住市场机遇，持续发展装配式整装，以带动产业链内整装卫浴、瓷砖、整体橱柜、陶瓷、五金龙头等全品类自有品牌的大力发展。公司深耕行业，不断进行产品研究及技术创新，自主设计的产品斩获德国Red Dot、iF、IDEA、G-Mark等多项国际设计大奖。为应对全球市场变化，公司采取外销及内需市场并重的双循环策略，在制造服务方面，原有国内制造服务基地的布局下，增设越南大同奈和巴顿两个制造服务基地，以配合主要品牌客户“中国+1”供应链分散要求来稳定外销订单，控股子公司越南大同奈原主营Taicera瓷砖知名品牌，将增加厨卫产品，经由大同奈七个分公司进行销售扩增市场。在内需市场方面，公司贯彻国家商务部对家电、家装、厨卫等以旧换新提振消费的政策，同时将采取CHINA-ASEAN布局，将中国+东盟十国以共同市场+共同供应链来发展。感谢您的关注！

11、请问贵公司报告中提到的“不构成本公司2024年盈利预测，不构成本公司对投资者的业绩承诺”，这是否意味着公司对2024年的业绩缺乏信心？

答：您好！2024年度财务预算是在相关基本假设条件下制定的，是内部经营管理和业绩考核的参考指标，不构成本公司2024年盈利预测，不构成本公司对投

投资者的业绩承诺。由于影响公司经营效益的各种因素在不断变化，年终决算结果可能与本预算指标存在差异，提请广大投资者注意。公司将坚定不移按计划推动公司战略目标的达成。感谢您的关注！

12、董事长您好，公司 2023 年度为什么亏损这么严重？是否意味着公司的经营模式存在问题？今年有信心扭亏吗？

答：您好！2023 年，公司业绩未能实现整体盈利，亏损主要是与恒大集团及其成员企业因以商业承兑汇票作为预付款购买其商品房买卖合同及相关备案登记手续纠纷，公司控股子公司持有的恒大集团及其成员企业商业承兑汇票逾期未能兑付，以及受房地产市场低迷、消费力疲软等行业诸多因素影响，公司对相应的资产进行计提减值准备。同时外销业务受国际去库存等环境的影响，公司外销订单下降、固定成本高导致营业利润总体下降，以及汇兑收益同比减少等因素所致。2024 年第一季度，公司业绩实现扭亏为盈，水龙头主业外销业务增长，控股子公司智能家居和瓷砖内销业务增长。未来，公司将继续以外销及内需市场并重的双循环策略，持续做好三精两化，推动公司经营目标的达成。感谢您的关注！

13、贵司外销比例依赖性太大，目前国际环境复杂多变，为什么不转变思路，把国内的市场规模做大？

答：您好！公司主要从事装配式整装厨卫空间内高档卫生洁具、陶瓷、浴缸、淋浴房、浴室柜、整体橱柜、瓷砖等全品类部品部件的研发、制造和服务，在智能家居领域主要从事智能门户、安防工程的持续布局。为应对全球市场变化，公司采取外销及内需市场并重的双循环策略，在制造服务方面，原有国内制造服务基地的布局下，增设越南大同奈和巴顿两个制造服务基地，以配合主要品牌客户“中国+1”供应链分散要求来稳定外销订单，控股子公司越南大同奈原主营 Taicera 瓷砖知名品牌，逐步将增加厨卫产品，经由越南七个分公司进行销售并扩增市场，抓住出海机会。在内需市场方面，公司贯彻国家商务部对家电、家装、厨卫等以旧换新提振消费的政策，同时将采取 CHINA-ASEAN 布局，将中国+东盟十国以共同市场+共同供应链来发展。感谢您的关注！

14、面对如此巨大的净利润下降，公司为何仍决定派发现金红利，而不是保

留现金以改善经营状况？

答：您好！2023 年度，经立信会计师事务所（特殊普通合伙）审计，合并报表期末现金及现金等价物余额为 5.59 亿元，可供股东分配的利润为 5.56 亿元，经营性现金流净额为 3.39 亿元，基于公司当前良好的现金流状况，为积极回报股东，在综合考虑公司经营状况、财务状况及长远发展的前提下，公司拟定 2023 年度利润分配预案为：以公司现有总股本 650,859,649 股扣除回购专户上已回购股份后的股数为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.30 元（含税），不送红股，不以资本公积金转增股本，剩余未分配利润结转以后年度分配，拟派发现金红利金额为 19,260,798.45 元（含税）。本次利润分配预案充分考虑了全体股东的利益以及公司目前的经营状况、财务状况和资金需求，符合公司发展战略，该方案实施不会造成公司流动资金短缺和其他不良影响，符合《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》及《公司章程》等规定。同时公司对未来发展有坚定信心，将持续推动“三精两化”，降本增效，加强经营性现金流和利润管控，逐步实现公司盈利能力和经营质量的提升，坚定不移按计划推动公司战略目标的达成。感谢您的关注！

15、您好，公司是否有详细的扭亏为盈的计划，预计何时能够恢复正向的盈利？

答：您好！面对逆全球化的趋势及国内预期转弱等背景，公司将持续整合产业链内优质资源，不断拓展业务机会，抓住市场机遇，持续发展装配式整装，以带动产业链内整装卫浴、瓷砖、整体橱柜、陶瓷、五金龙头等全品类的大力发展。同时应对全球市场变化，公司采取外销及内需市场并重的双循环策略，在制造服务方面，原有国内制造服务基地的布局下，增设越南大同奈和巴顿两个制造服务基地，以配合主要品牌客户“中国+1”供应链分散要求来稳定外销订单，控股子公司越南大同奈原主营 Taicera 瓷砖知名品牌，逐步将增加厨卫产品，经由越南七个分公司进行销售并扩增市场，抓住出海机会。在内需市场方面，公司贯彻国家商务部对家电、家装、厨卫等以旧换新提振消费的政策，同时将采取 CHINA-ASEAN 布局，将中国+东盟十国以共同市场+共同供应链来发展。公司将 2024 年的经营指导方针定义为『执行力年』，内部持续推进三精两化，降本增效，收紧

	<p>财务杠杆，降低资产负债率，对标 ROE 的有效增长，期望在主业稳健发展的基础上，逐步转型，积极布局寻找第二增长曲线，以实现持续健康发展。感谢您的关注！</p> <p>本次业绩说明会的投资者提问与回复情况具体详见全景路演“海鸥住工 2023 年年度网上业绩说明会”（https://rs.p5w.net/html/142342.shtml）</p>
<p>附件清单</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2024 年 5 月 9 日</p>