

广东天安新材料股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：TA2024-002

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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称	国信证券、光大证券、中邮证券、天风证券、金灿资本、弘彦资产、申尊基金、宇诚基金以及其他个人投资者
时间	2024年6月18日-2024年6月20日
地点	广东天安新材料股份有限公司鹰创园鹰牌展馆
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理吴启超 董事、副总经理、董事会秘书曾艳华
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司展厅参观，介绍公司产品应用及商业模式</p> <p>二、公司董事长、总经理介绍公司成长历程和发展战略等基本情况</p> <p>三、与投资者进行交流，主要内容如下：</p> <p>（一）在当前房地产行业背景下，公司如何实现业绩增长？</p> <p>在当前房地产行业背景下，天安新材2023年、2024年一季度均取得了逆势增长的成绩，主要得益于公司不断进化的顶层设计，以精心设计的泛家居产业生态圈，整合产业上下游资源，打通各个环节的核心壁垒，构建跨行业、多维度的差异化竞争优势；同时公司不断进行科技创新进而推动产业创新，驱动产业升级，大幅提升经营效益。</p> <p>公司通过收并购将建筑陶瓷、建筑防火饰面板材纳入公司整体业务版图，整合公司高分子饰面材料业务，形成各业务板块高度关联、协同发展的泛家居产</p>

业链，逐步践行从饰面材料到门、墙、地、顶、柜等家装部品部件再到品牌、渠道搭建以及泛家居供应链资源整合等业务在点、线、面、体的布局。公司摒弃不断扩大产能的扩张方式，逐渐由产能领先向品质领先、服务领先、品牌领先转变。

在“以旧换新”浪潮下，存量市场逐渐成为家居业主战场，基于旧改、局改、以旧换新等市场容量不断上升。面对新的市场形势，天安新材通过收购天汇建科布局医疗旧改领域，为公司在泛家居公装领域发展壮大提供强劲动力。同时通过一站式整装品牌“鹰牌生活”落地家居整装业务，研发环保新材料、新工艺、新工法，以国际 WELL 健康人居标准为出发点，围绕“健康”和“美学”两个价值主张，整合鹰牌的陶瓷品类和天安新材的门墙地顶柜等生态链体系，把汽车空间的环保内饰产品、生产技术、环保装配式技术应用在家居整装领域，提供产品系统性输出的一站式整装解决方案，通过一站式满足消费者所有采购需求，提升客单价、门店坪效、供应链渠道效率，扩大产能提高市场份额，为公司未来创造新的业绩增长点。

（二）公司各业务板块相关性不大，如何实现协同发展？

公司主营建筑陶瓷以及高分子复合饰面材料的研发、设计、生产及销售，其中高分子复合饰面材料包括汽车内饰饰面材料、建筑防火饰面板材、家居装饰饰面材料和其他高分子材料。公司通过整合各子公司的优势资源，进行合理配置，实现了各业务板块的协同发展和相互赋能。公司控股子公司鹰牌公司以品牌、渠道建设为主，主攻家装领域；控股子公司天汇

建科以进军医院旧改领域为切入点进而向装配式整装领域延伸发展，主攻公装领域，两者作为营销前台持续提供流量入口；控股子公司天安集成作为链接的中台公司，提供空间装饰的整体设计方案输出以及相应产品的供应链配套服务；全资子公司天安高分子、安徽天安和浙江瑞欣作为后台公司，以环保饰面材料技术研发和制造为支撑。公司立足饰面材料和建筑陶瓷两大基业，通过鹰牌、天汇建科切入整装领域，并以终端整装需求带动对前端饰面材料以及门、墙、地、顶、柜、建筑防火饰面板材、建筑陶瓷等产品的销售提量，全面构建泛家居产业生态圈，形成技术领先、产业闭环、关联度强的组织架构，不断扩展业务广度、深度和高度，打造集团互为犄角的产业生态圈。

（三）整装业务未来是否会作为公司发展的重点？

随着人民生活水平的不断提高，消费升级趋势加强，在现代快节奏、高质量的生活方式下，终端用户对装修的要求通常是高效率、高颜值、高品质、高环保，因此一站式整装服务、个性化定制解决方案等将成为泛家居行业的发展方向。目前，公司通过一站式整装品牌“鹰牌生活”落地家居整装业务，持续研发环保新材料、新工艺、新工法，以国际 WELL 健康人居标准为出发点，围绕“健康”和“美学”两个价值主张，利用 EB 系列高性能饰面装饰材料和汽车内饰核心技术打造符合健康人居标准的整装产品线供应链体系，为消费者和下游客户提供室内空间装饰装修整体解决方案。通过一站式满足消费者所有采购需求，可直接提升客单价、门店坪效、供应链渠道效率，扩大产能提高市场份额，日趋成为公司业绩的重要增长

点。

（四）公司的装配式建筑业务为什么以医院旧改作为抓手？

公司旗下子公司天汇建科的管理经营团队拥有丰富的医院旧改经验，多年来专注于总承包医疗既有建筑更新业务，坚持运用装配式装修集成技术，采用全专业干式施工工法，实现医疗空间既有建筑不停诊、噪音小、污染少、建设周期短的快速环保换新交付，为老旧医院的室内环境升级改造、功能提升、节能降耗提供保障，切实提高医疗空间环境整体配套水平。医院相比于办公空间、商业展厅等公共场所，其环境更为复杂、人员流动量更大，且对装修环境和周期要求比较高，因此医院老旧建筑物改造难度较大，需要参与改造的装修公司拥有更高的技术管理水平。医院旧改技术可降维运用于其他公装、家装领域，可有效解决传统装修工期长、装修污染大、效果不可控等痛点。未来，天汇建科也将以医疗旧改等公装领域为基点，挖掘办公空间、商业连锁等公共建筑领域整装市场机会。

（五）随着新能源汽车渗透率提高，对公司汽车内饰饰面材料业务发展是否有促进作用？

近年来，新能源汽车成为拉动汽车消费市场增长的重要动力。随着新能源汽车渗透率的提高，汽车上游相关产业链也将迎来发展机遇。公司在汽车内饰材料领域深耕十余年，有较强的技术积累，凭借着极具竞争力的产品和高水平的服务质量在汽车内饰材料产业领域逐渐站稳脚跟，并获得了较为快速的成长。未来公司将紧抓新能源汽车行业快速发展的新机遇，发

挥自身产品优势积极布局新能源汽车领域，持续拓展新能源汽车内饰饰面材料的产品研发，加快与新能源汽车厂商的项目合作，不断完善服务体系，加大公司汽车内饰材料在行业内的市场占有率和产品竞争力。

（六）建筑陶瓷自制产品毛利率较外购产品低，是否有相应的提升毛利率的举措？

一方面，公司将加强技术改造设备升级，强化制造成本管控。2024年，公司将重点推行生产精细化管理和落地执行，合理规划设备升级改造，优化生产工艺、排产计划，提高生产效率，减低过程浪费。公司将对部分生产线进行技术改造及设备升级，通过工艺改进，精细调整生产过程，优化流程管控，进一步提升产品品质，实现提效降本，保证公司制造端成本优势，持续高质量发展。同时，公司将引入节能技术和设备，减少能源消耗和排放，降低能源费用。另一方面，在转型泛家居的战略布局下，公司将摒弃不断扩大产能的扩张方式，逐渐由产能领先向品质领先、服务领先、品牌领先转变，聚焦制造环节中的研发和销售等高端价值链，践行轻资产运营，使得经营风险可控、灵活性更强。

（七）一季度公司营收同比小幅下滑，二季度是否有改善？

2024年以来，天安新材继续聚焦泛家居生态圈建设，逐步践行从饰面材料到门、墙、地、柜等家装部品部件再到品牌、渠道搭建以及泛家居供应链资源整合等业务在点、线、面、体的布局，推动各板块业务经营有序开展。公司陶瓷业务求稳求进，这得益于公

	司摒弃不断扩大产能的扩张方式，逐渐由产能领先向品质领先、服务领先、品牌领先转变的战略执行。公司相信，在目前陶瓷产能优胜劣汰的情况下，一线品牌基于强大的品牌力和产品力仍会实现不断增长。有关公司二季度经营业绩的具体情况，还请关注公司后续披露的定期报告。
附件清单 (如有)	无
日期	2024年6月21日