



SEAGULL
海 鸥 住 工

广州海鸥住宅工业股份有限公司

社会责任报告

(2025 年度)

海鸥住工 2025 年度社会责任报告

对象期间

2025 年 1 月 1 日 - 2025 年 12 月 31 日

对象范围

广州海鸥住宅工业股份有限公司及 15 家分、子公司

（广州海鸥住宅工业股份有限公司珠海分公司、广州海鸥住宅工业股份有限公司厦门分公司、海鸥卫浴（美国）有限公司、珠海承鸥卫浴用品有限公司、海鸥（香港）住宅工业有限公司、珠海爱迪生节能科技股份有限公司、珠海铂鸥卫浴用品有限公司、重庆国之四维卫浴有限公司、湖北荆鸥卫浴用品有限公司、黑龙江北鸥卫浴用品有限公司、浙江海鸥有巢氏整体卫浴有限公司、嘉兴四维雅鼎卫浴有限公司、海鸥冠军有限公司、河源雅科波罗科技有限公司、珠海聚贤投资管理中心（有限合伙））

（本报告之第九部分“环境保护及可持续发展”引用数据来源于本公司内部统计数据，未经审计；财务数据摘自立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《海鸥住工2025年年度审计报告》。）本报告中涉及的相关公司简称与《海鸥住工2025年年度报告》释义内容一致。

企业精神

结合人才、健全制度、创造利润、内外兼修、福利员工、回馈社会

社会责任方针

- 遵纪守法、安全环保** —— 遵守国家法律法规，符合 SA8000:2014 标准要求；
—— 为员工提供安全舒适的环境。
- 客户至上、统筹兼顾** —— 坚持以客户为中心，以专业服务为客户创造价值；
—— 统筹各方权益，力争协调发展。
- 以人为本、自由平等** —— 坚持以人为本，尊重员工尊严与个性；
—— 创造和谐的环境，善尽企业社会责任。
- 福利员工、回馈社会** —— 关心员工身心健康，让员工获得充足的收入与良好的福利；
—— 讲信誉、重承诺，以优质产品和服务满足社会需求，用诚信塑造企业形象；回报社会、共铸和谐。
- 持续改善、与时俱进** —— 持续改进社会责任管理体系，勇于承担更多的社会责任；
—— 顺应潮流、与时俱进、未雨绸缪、超前应对。

目 录

一、前言	3
二、企业发展历程	4
2.1 企业简介	5
2.2 经营情况	5
2.3 重要荣誉	5
2.4 体系管理	12
2.5 产品介绍	12
2.6 参展情况	13
三、企业文化及价值观	14
四、人才政策	15
4.1 人才发展战略	15
4.2 教育与培训	16
五、员工福利体系及权益保护	18
5.1 员工福利政策	18
5.2 员工关怀政策	19
5.3 劳动安全保障	20
六、股东及债权人权益保护	21
6.1 投资者权益保护	21
6.2 投资者关系管理	21
6.3 投资者回报	21
6.4 信息披露	21
七、客户、供应商权益保护	22
7.1 客户满意	22
7.2 绿色采购	22
八、反腐倡廉	23
九、环境保护及可持续发展	24
十、社会公益事业	25
10.1 【广东省海鸥文教基金会】	25
10.2 公司公益活动	27
十一、未来展望	27

一、前言

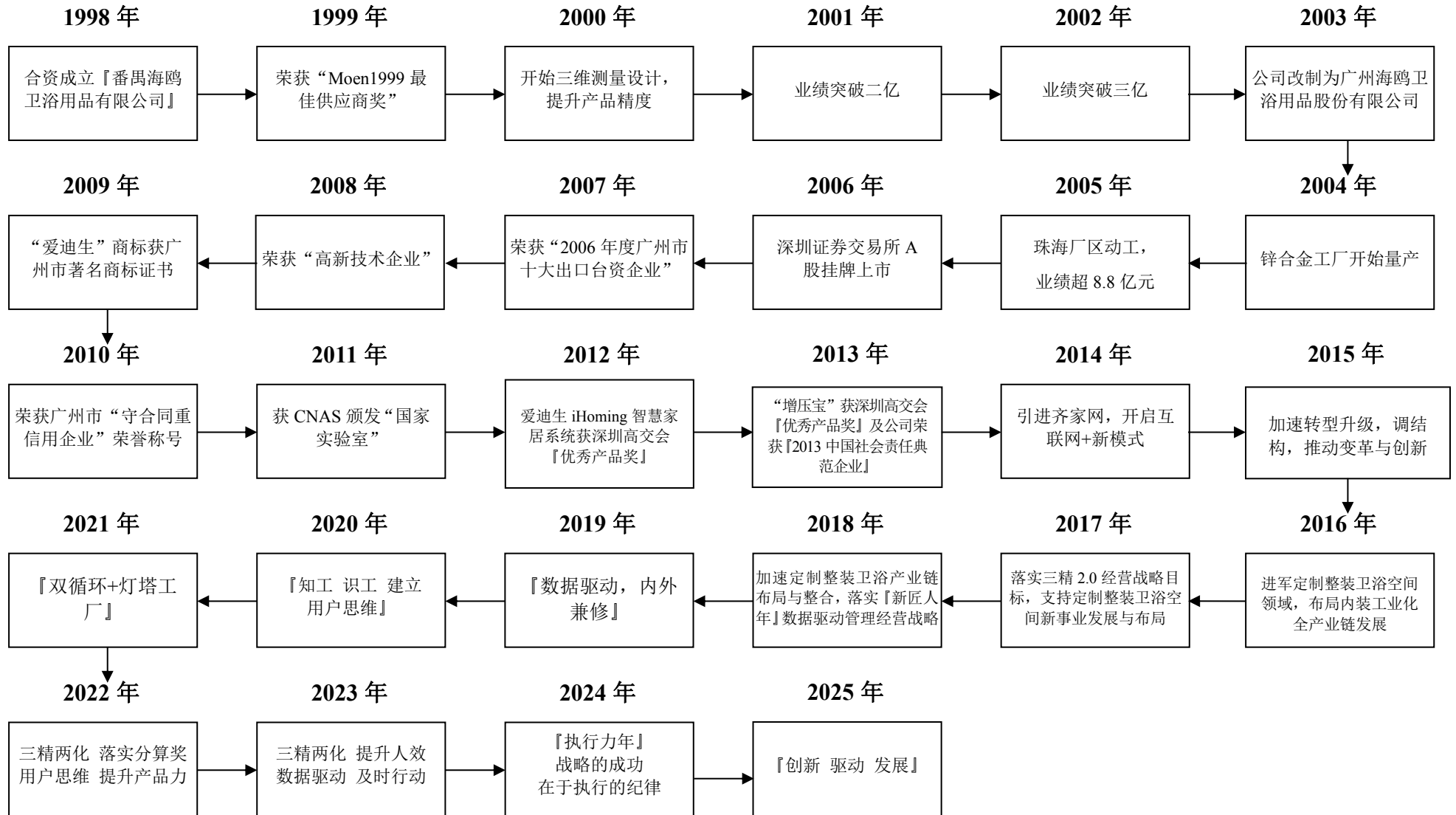
公司致力于内装工业化以装配式整装厨卫为核心的全产业链布局与发展。

2025 年，公司以『创新 驱动 发展』为经营指导方针，持续产能整合和资源优化，充分发挥供应链的优势资源，构建具有韧性的产业体系。同时推进三精两化，降本增效，收紧财务杠杆，降低资产负债率，对标 ROE 的有效增长，更加聚焦在主业的稳健发展，并逐步转型，积极布局寻找第二增长曲线，以实现持续健康发展。为主动顺应全球市场格局变化及逆全球化趋势，公司坚持外销与内需并重的双循环发展战略，在国际市场端，深化与核心海外客户的合作纵深，同时大力开发渠道商、通路商等多元化市场主体，通过拓展销售网络与下沉区域市场，构建海外多层次渠道矩阵，聚焦“一带一路”国际市场布局，形成区域市场的突破；在国内市场端，强化内销战略客户的合作，通过提升服务响应效率与定制化能力扩大内销份额，同时聚力高品质装配式内装工业化空间内部品部件服务的研发与落地，构建差异化竞争壁垒。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。越南工厂作为公司一带一路、东盟十国市场的重要布局，持续构建全品类、全制程制造服务能力，不断夯实整体品质体系，大力发展整组产销。冠军磁砖、四维卫浴、大同奈磁砖三大品牌聚力发展，以瓷砖+卫浴一体化平台为核心载体，持续构建磁砖卫浴事业的全产业链协同，聚力渠道深耕，整合平台与优化结构谋突破发展，重塑厨卫空间，从厨房洁净智能，卫生间舒适安全，阳台以东方美学构筑蓝色健康理想家，推出整体厨卫解决方案。智能家居板块依托自有品牌聚焦空调智能控制、阀门、暖通智能控制、系统集成及物联网科技产品的深度研发、生产及销售，以创新为核心驱动力，持续加大研发投入，全力拓展智能家居自有部品及服务的市场份额，不断提升整体经营质量。

公司始终坚持“以人为本、自由平等”的核心价值观，将员工视为企业发展的动力源泉，通过企业文化建设、员工健康保障与技能能力提升等举措，持续优化团队氛围，营造和谐向上的企业环境。在人才发展方面，公司秉持平等用人原则，建立和完善“选才、育才、用才、留才”人才战略方针，并制定全面完善的晋升制度；通过多渠道招聘、校企合作、内部举荐等方式拓宽引才路径，不断完善人才梯队。同时，健全覆盖新员工、专业技能、管理能力等多元化培训体系，推行导师制，助力员工能力提升。在绩效管理与激励上，建立目标规划、过程管控、绩效评估、长效激励的闭环体系，实行绩效奖金与经营成果联动，设立专项奖励，强化荣誉、职业、薪酬三维协同，营造高绩效、高成长、高回报的组织生态。公司坚持“造好产品、先育好人”理念，以建设学习型企业为目标，采用线上线下融合、理论与实践结合的方式开展各类培训，持续提升员工职业技能与综合素养，为企业高质量发展提供坚实人才支撑。

积极履行社会责任是企业实现高质量发展的必经之路。2025 年，公司不断健全社会责任管理机制，坚持走可持续发展道路，以体制机制改革为动力，不断加强经营管理能力和水平，提升经营业绩，践行社会公益，促进公司稳定和健康发展，实现共同富裕。

二、企业发展历程



2.1 企业简介

公司成立于 1998 年，经中华人民共和国商务部批准于 2003 年 8 月 12 日整体变更设立股份有限公司。2006 年 11 月 24 日，公司首次公开发行 4,450 万股股票，在深圳证券交易所成功上市。因国家政策力推装配式建筑，公司在大力发展定制整装卫浴新事业的战略发展背景下，于 2018 年 1 月完成公司更名，将原中文名称“广州海鸥卫浴用品股份有限公司”更名为“广州海鸥住宅工业股份有限公司”，证券简称相应的由“海鸥卫浴”变更为“海鸥住工”，股票代码 002084。截至 2025 年 12 月 31 日，公司注册资本为 646,056,040 元。

在国家装配式建筑产业政策下，公司致力于内装工业化以装配式整装厨卫为核心的全产业链布局，以实现公司“致力于成为内装工业化最佳的部品部件及服务的提供商，共建美好家园”的美好愿景。报告期内，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。

公司是国家高新技术企业、广州市首批认定总部企业、商务部加工贸易转型升级示范企业、广东省创新型企业、广东省装配式建筑产业基地、广东省省级工业设计中心、广东省省级企业技术中心。公司拥有多项核心自主知识产权，是国家知识产权优势企业、广东省知识产权示范企业，并获得中国专利优秀奖、广东省省级专利奖金奖和银奖以及国家知识产权管理体系认证证书。公司为广州市创新型企业、广州市制造业转型升级示范企业、广州市“专精特新”扶优计划培育企业、广州海关高级认证企业，并通过了 ISO9001 质量管理体系认证、ISO14001 环境管理体系认证、ISO45001 职业健康安全管理体系认证、SA8000 社会责任管理体系认证、ISO14064 碳核查体系认证、ISO50001 能源管理体系认证和 ISO22301 业务连续性管理体系认证、两化融合管理体系评定、国家 CNAS 实验室认证、广东省清洁生产企业认证、AAAA 级标准化良好行为企业认证，被评为 AAA 级广州市劳动关系和谐企业、A 级纳税企业、年度薪酬福利典范企业、年度最佳雇主提名、年度广东省制造业 500 强企业等。公司已成立研究开发中心并不断建设升级，重视环境保护和碳排放政策的贯彻执行，不断提升绿色生产和绿色制造水平，并获得产品碳足迹认证证书。子公司品牌四维卫浴经商务部认定为“中华老字号”。

2026 年，公司将以『流程化 标准化 制度化』的核心经营方针，助力公司各项经营计划，以期达成“致力于成为内装工业化最佳的部品部件及服务的提供商，共建美好家园”的美好愿景而努力奋斗。

2.2 经营情况

2025 年度，公司以『创新 驱动 发展』为经营指导方针，全力推动战略目标的落地实施。报告期内，公司实现营业收入 262,058.91 万元，比去年同期 285,395.75 万元下降 8.18%；实现归属于上市公司股东的净利润-11,809.83 万元，比去年同期-12,381.20 万元减亏 4.61%（以上数据经审计）。

1、以转型驱动寻求外销突破，聚能赋能提效运营，持续释放双循环动能

公司主营业务以出口欧美为主，聚焦在卫浴及厨房产品整组龙头及部品部件的制造服务与销售。报告期内，外销业务面临复杂多变的外部环境与结构性市场调整的双重考验。全球经济增速放缓，市场呈现显著分化。欧美传统市场需求疲软，而以东南亚、中东为代表的新兴市场凭借领先增速，成为拉动国内产业出口增长的核心动力。国际贸易政策剧烈波动，美国实施的对等关税政策直接推高在美终端售价，导致企业订单量下滑；部分新兴市场贸易壁垒升级引发订单波动；欧盟通过强化环保法规要求，抬高准入门槛，增加国内企业的合规成本。面对多重压力，国内企业主动求变，加速布局东南亚、中东等新兴市场，通过市场多元化策略拓展增长空间，推进产地多元化布局以规避国际贸易政策变动带来的潜在风险。面对挑战，关键在于以技术创新为核心驱动力，以市场多元化为支撑，深度参与全球产业链重构，在动态调整的市场格局中寻求生存和发展。

为主动顺应全球市场格局演变及逆全球化趋势，公司构建以外销与内需市场并重的双循环发展策略，在国际市场端，深化与核心海外客户的合作纵深，同时大力开发渠道商、通路商等多元化市场主体，通过拓展销售网络与下沉区域市场，构建海外多层次渠道矩阵；聚焦“一带一路”国际市场布局，形成区域市场的突破；在国内市场端，强化内销战略客户的合作，通过提升服务响应效率与定制化能力扩大内销份额，同时聚力高品质装配式内装工业化空间内部品部件服务的研发与落地，构建差异化竞争壁垒。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。越南工厂作为公司“一带一路”、东盟十国市场的重要布局，持续构建全品类、全制程制造服务能力，不断夯实整体品质体系，大力发展整组产销；推动外购及自制零件的模组化率，快速提升整组产出规模。通过自动化、数字化、信息化构建统一标准，以精益化思维构建品质系统，严格落实精益化管理，实现越南制造的优势；通过标准产线建立，开发自动化设备，推动自动化产线落地；落实越南制造中心的验厂、转产、构建品质体系、实验试验能力以及供应链开发等项目计划；努力培养干部及重点瓶颈产业工人当地化，逐步降低人力成本。目前越南巴顿工厂已通过 SA8000 企业社会责任管理体系认证、ISO17025 实验室管理体系认证；加速构建模具设计制作能力，逐步完善为功能齐全的生产制造基地。公司在 RCEP 区域越南投资建设生产基地，构建中国工厂服务国内市场与欧洲市场、越南工厂服务美国市场及后续 RCEP 成员国市场的全球化产能格局，依托国家“一带一路”深入推进，公司一地设计、多地制造的长期发展战略得以快速落地实施，以期助力主业长期稳健发展。

水龙头事业持续推动数字化和信息化的运营战略深度落地，以智能化、信息化、自动化技术及人工智能应用为核心驱动力。在组织管理层面，一方面不断优化组织架构，组建面向大客户的 CBU 专项职能团队，借助人工智能工具对客户画像分析精准把握需求，提升客户响应速度，为客户提供更专业、个性化的高品质服务，从而在竞争中构筑优势；另一方面调整运营中心组织模式，推行扁平化管理，依托信息化管理平台实现国内外多制造基地的数据实时共享与协同，确保在统一标准下实现运营效率的提升。同时，积极推进产线整并与工厂资源优化，通过智能化系统整合冗余产线、统筹调配设备与人力等资源，动态优化生产排班，

进一步提升能效和人效，实现资源利用的最大化。在自动化建设方面，持续推进自动化工厂建设工作，依托信息化蓝图整合 MES 系统、WMS 与智能立体仓库，导入整组模块自动化体系，通过协作机器人柔性自动化组装线、自动包装线与精益工作台的全线联动，实现组装车间物流自动化运转。人工智能视觉检测技术的应用有效提升了产品质检精度与效率，自动化设备的运行数据通过信息化系统实时反馈，为生产优化提供数据支撑。在仓储智能物流环节，内部 AGV 智能物流设备并结合人工智能路径优化算法，降低人力搬运成本的同时提升物流周转效率；同时深耕精益生产，借助智能化分析工具识别组装工序中的无效动作浪费与搬运浪费，借助人因工程科学设计，逐步引入第三代精益工作台，不断内化制造基本功，提质增效，夯实生产制造的核心能力。持续关注消费者个性化、场景化需求等变化趋势，开展主动、精细的品牌定位与产品研发，加速精益生产推动，通过利用数字化、信息化、自动化持续赋能，构建更加透明化、可视化、数据化的服务与交付标准，可为业务持续发力提供坚实保障。报告期内，受国际贸易政策的持续影响，五金龙头类产品实现营业收入 149,625.27 万元，比去年同期 161,234.97 万元下降 7.20%。

2、坚守创新引擎，赋能高价值产品服务，构筑核心竞争优势

创新设计是行业高质量发展的核心引擎，是摆脱同质化价格竞争、应对成本与政策双重压力、匹配消费升级需求，构建长期核心竞争力的重要路径，也是行业价值重构的核心抓手。国内外市场格局的持续变化，对行业创新设计有了更高的要求，要求企业在产品设计、材料应用、制造工艺、智能化技术等维度持续突破，精准响应市场变革与消费升级需求。从智能家居技术的加速迭代，到行业数字化转型的深化推进，再到线上线下渠道的深度融合，创新驱动的发展脉络已然清晰。与此同时，家居品质消费趋势的变革正重塑生活空间的定义。消费者对产品的需求从单一功能转向智能化、个性化、健康环保与功能美学的多元融合，需求结构更趋复杂多样。企业若想在这场变革中占据先机，必须敏锐捕捉并深度响应这些变化，以持续创新与精进突破行业壁垒。

随着新生代消费群体的成熟，其消费偏好正强力推动市场向个性化、精细化方向升级。未来家居市场将深度受制于品质、创新、定制化与智能化潮流，企业需不断追求技术与产品创新，打造更高价值的产品，才能开拓更广阔的发展空间。从设计趋势上来看，功能设计更加关注健康化价值，抗菌自清洁技术在全品类渗透，无接触交互设计普及，感应龙头、脚感冲水、智能马桶等产品更多配置在公共空间、母婴等场景，健康监测和适老化的设计，与家庭健康系统联动，结合人体工学设计精准满足特殊群体的使用需求。智能化设计转向了以用户为中心的无感体验和生态场景，与物联网技术的深度应用，打通全屋智能家居生态，模块化智能设计按需定制。从设计美学来看，从单品转向了整体空间的协同，注重材料创新突破，逐步探索温感陶瓷、超薄轻质陶瓷等新材料以及特种不锈钢等耐腐蚀材质，表面处理与颜色也更加多元化，以满足不同家装风格的需求。设计边界也从单一产品延伸至卫浴空间整体解决方案。同时产品设计更加注重绿色、低碳环保，通过绿色设计获得绿色建材认证、碳足迹认证等，满足国内政策要求的同时，也可应对欧盟碳关税等国际贸易壁垒。

在此背景下，公司将技术研发与产品创新视为核心竞争力，积极拥抱智能制造技术，深度探索智能化、个性化、节能环保、健康安全的产品路径，推动集成化设计、自动化生产与人工智能、大数据的深度融合。报告期内，公司研发设计团队聚焦健康、安全、环保等核心议题，紧跟全球前沿趋势，将品牌理念与技术创新深度融合，持续输出突破性的产品设计成果，从卫浴、五金到智能化产品及整体空间解决方案，全方位满足消费者的个性化与差异化需求，为行业革新与产业升级注入动能。未来，公司将持续优化产品矩阵、迭代技术方案，以更贴合消费品质升级需求的创新成果，塑造更智能、更理想的厨卫空间生活场景，引领舒适化、可持续的生活方式革新。报告期内，公司设计团队自主研发设计的多款产品先后获得德国 iF、Red Dot 等国际工业设计奖项，充分展示了公司较强的研发设计能力与创新能力，相关设计成果将持续转化为订单和竞争力，助力公司推进产业升级，为未来业务增长注入持续动能。

3、以品牌赋能终端，聚力渠道深耕，整合平台与优化结构谋突破发展

报告期内，冠军磁砖、四维卫浴、大同奈磁砖三大品牌聚力发展，以瓷砖+卫浴一体化平台为核心载体，持续构建磁砖卫浴事业的全产业链协同，开启整合资源谋求发展。

冠军磁砖作为拥有 53 年发展历程的行业标杆企业，凭借长期以来对匠心品质的坚守，已稳固行业地位，成为兼具实力与口碑的品牌代表。公司始终以引领行业发展为目标，在传承传统工艺的基础上积极融合现代科技，不仅深度参与并见证了中国建陶行业的演进历程，更通过持续的技术创新与标准升级，推动行业向高质量发展迈进。在产品研发与生产环节，公司构建了全品类、全规格的产品体系，可满足从民用住宅到大型工程等多场景的应用需求；引入国际先进的 CONTINUA+岩板生产线，依托自动化、智能化生产流程，确保产品在精度与稳定性上的卓越表现；自主研发的 Champion-V 核心技术平台，整合了材料创新、性能优化、环保提升等关键成果，使产品在硬度、耐磨性、防污性等核心指标上保持行业领先水平。与此同时，公司积极推进全球化布局，通过在海外部署智能化生产线，实现了供应链的跨地域协同，凭借统一的品控标准与高效的产能管理，保障了市场供应的稳定性与充足性，为国内外业务拓展提供了坚实支撑。在市场服务与运营体系上，公司已形成覆盖全国的高效服务网络，设立 6 大运营中心，联动 500 余家终端网点，业务覆盖 1000 余个城市，服务项目广泛应用于各类地标建筑及民用场景。为提升客户体验，公司推出六星级服务体系，涵盖从前期测量设计到后期安装维护的全流程服务，并提供质保承诺，以制度化保障增强客户信任。在营销与渠道建设中，公司构建了全域全媒体营销矩阵，通过核心商圈广告投放、主流媒体合作及新媒体平台运营等方式，有效提升品牌曝光度与市场影响力。针对终端合作伙伴，公司实施全渠道扶持策略，包括三大品牌资源共享、1 对 1 专业团队帮扶以及人工智能工具应用培训等，通过精准赋能提升终端运营效率与盈利能力。冠军磁砖已形成从产品研发、生产制造到市场服务、渠道运营的全链条竞争优势，在行业竞争中持续保持领先地位，为公司整体业务的稳健发展提供了有力支撑。

报告期内，冠军磁砖将技术优势延伸至产品创新，全新推出徽派印象 4.0 系列，运用自主研发的 DCMB-TEC 核心技术，在设计美学与制造工艺上实现双重突破，不仅满足了新一代消费者对个性化与品质的双重追求，更展现了冠军磁砖以数字技术传承东方美学的独特魅力。产品「梦徽州」以简约设计手法，精准触达消费者内心深处的东方文化情怀，实现了国风元素与现代设计理念的和谐交融，为现代家居空间注入了全新的东方美学韵味，让居住者在日常起居间便能感受到传统文化的深厚魅力；徽派印象·石境共生、淳木 2.0、金丝绒、POP 系列等全新系列新品陆续上市，聚焦产品应用、设计表达与功能体验，为消费者提供多品类融合的空间一体化解决方案。同时在双碳目标与绿色消费升级驱动下，冠军新材突破传统瓷砖品类边界，聚焦轻质高强、防火防潮、零甲醛、可循环的复合材料，打造集绿色环保、设计美观与快捷服务于一体的新代功能基材系统，全新首推石晶墙板/地板、碳晶/泰康墙板品类，标志着品牌从瓷砖制造&销售商迈向绿色空间一体化解决方案提供者。此外，冠军磁砖与四维卫浴品牌合力，重塑厨卫阳空间，从厨房洁净智能、卫生间舒适安全，到阳台以东方美学构筑蓝色健康理想家，推出整体厨卫阳解决方案。

报告期内，公司磁砖卫浴事业为树立品牌影响力，开展了一系列营销活动，斩获多项行业荣誉并获得广泛认可。品牌荣誉方面，冠军磁砖凭借卓越的产品品质、创新设计及良好口碑，多次获得权威认证与奖项，其中连续四年荣获中国质量检验协会颁发的全国产品和服务质量诚信承诺企业、全国质量检验稳定合格产品两项殊荣，获评中国轻工陶瓷行业数字化转型先进企业、年度家居品质信赖品牌、全国质量诚信标杆典型企业，入选中关村数字建筑绿色发展联盟；其徽派印象系列表现突出，徽派印象-墨潮获 2025 年度原创设计产品奖，徽派印象·梦徽州斩获 2025 法国设计金奖及 2025 德国红点设计概念大奖，徽派印象 4.0 系列摘得第 2 届建陶行业新质杯瓷砖设计金奖，徽派印象 4.0-染迹系列获第 13 届中国意大利陶瓷大赛创意设计金奖，徽派印象系列花格产品获缪斯设计奖·银奖，徽派印象产品更成功通过新国标最高等级 5A 级认证，此外，冠军磁砖在第 21 届陶瓷卫浴行业新锐榜中斩获设计师喜爱品牌与国货精品两大奖项，山之园南京 CHAMPION 岩板展厅入围第 11 届地建师设计大奖。展会与产品展示方面，冠军磁砖、四维卫浴联合打造的「预鉴东方」主题展馆亮相潭洲展，以国风美学与智能科技为核心，展示了四维卫浴超氧杀菌水龙头、智能坐便器等创新产品；通过参加淄博展、越南家具与建筑展、佛山秋季陶博会等活动，充分展示品牌形象；越南大同奈磁砖 Taicera 亮相 2025 年胡志明市越南国际建筑建材展，集中展示最新瓷砖及卫浴系列产品，为拓展越南及东盟市场搭建重要桥梁。渠道与终端建设方面，冠军磁砖&四维卫浴核心经销商峰会在佛山成功召开，明确产品+渠道+服务三位一体发展路径，通过政策支持为经销商协同发展注入新动能；全新升级的冠军磁砖太原终端形象店，融合现代极简美学与徽派文化底蕴，打造沉浸式生活场景空间。未来，磁砖卫浴事业将始终秉持“品质为基础、创新为发展、服务为依归”的品牌理念，不断追求以品质生活筑造美好人居。报告期内，面对复杂多变的外部环境，磁砖卫浴事业沉着布局，锐意变革，始终以创新为核心驱动，在挑战中积极探寻业务机会；瓷砖业务实现营业收入 67,890.42 万元，比去年同期 67,953.66

万元下降 0.09%；浴缸陶瓷类产品实现营业收入 9,524.91 万元，比去年同期 13,233.29 万元下降 28.02%。

受房地产行业持续调整、消费需求及消费者信心波动、供应链与政策环境变化等多重因素叠加影响，报告期内公司装配式整装及整体橱柜业务经营情况未达预期。上述两大定制品类业务主要面向国内房地产企业，以地产工程渠道为主，收入受行业周期波动影响显著，项目应收款项回收周期较长，客户信用风险上升，已连续多年亏损，对公司整体经营业绩形成明显拖累。为优化资产结构、聚焦核心主业、提升整体盈利能力与经营质量，报告期内公司通过转让全资子公司 100% 股权及相关债权，完成对装配式整装及整体橱柜业务的剥离。本次交易股权转让款将用于补充公司流动资金，支持核心业务发展，不会对公司正常生产经营产生不利影响，亦不存在损害公司及全体股东合法权益的情形。

4、智能家居业务营收承压仍具盈利韧性，需拓宽业务边界，重塑增长动力

公司智能家居板块以控股子公司珠海爱迪生独立运营，依托自有品牌，珠海爱迪生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。公司设立专业的研发中心专门负责产品设计与技术攻坚，已斩获多项发明、实用新型、外观专利及软件著作权等核心科技成果。其研发设计的多款产品不仅通过美国 IAPMO、英国 WRAS、英国 NSF、欧洲 EN215 及欧洲 A 级节能等多项国际权威认证，还顺利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，凭借节能、环保、舒适、安全的显著优势，产品远销美国、英国、德国、澳大利亚、土耳其等欧美发达国家市场。作为新三板创新层非上市公司，珠海爱迪生先后获得国家高新技术企业、珠海市专精特新中小企业、广东省专精特新中小企业荣誉称号。

珠海爱迪生以创新为核心驱动力，持续加大研发投入，全力拓展智能家居自有部品及服务的市场份额，不断提升整体经营质量。目前已拥有 50 余项专利，产品获得多国认证背书。报告期内，珠海爱迪生重点发力国内外业务拓展，成功斩获多项新项目开发机会，持续为各大智能终端品牌制造商提供多元化产品与定制化服务，精准满足其产品创新需求，为自身长远发展筑牢根基。运营层面，公司深度推进三精两化经营战略，通过自动化与信息化赋能实现降本增效，全面提升运营效能。报告期内，智能家居类产品实现营业收入 18,032.92 万元，比去年同期 24,333.49 万元下降 25.89%。未来，智能家居业务巩固盈利优势，聚焦拓新求变探索增长路径，激活业务发展新动能，驱动长期增长。

2.3 重要荣誉

- | | |
|------------|---|
| 2025 年 1 月 | 承鸥荣获 2024 年度社会责任突出贡献企业 |
| | 承鸥荣获 2024 年度纳税信用 A 级纳税人 |
| | 四维卫浴四类产品荣获中国绿色建材产品认证 |
| | 四维卫浴产品荣获“泸永江”工业设计创新大赛二等奖 |
| 2025 年 2 月 | 公司通过 ISO9001 质量、ISO14001 环境、ISO45001 职业健康安全管理体系 |

	监督审核
2025 年 3 月	大同奈荣获 SIRIM QAS 国际有限公司陶瓷产品认证 海鸥冠军荣获全国产品和服务质量诚信承诺企业、全国质量检验稳定合格产品 公司通过广东省省级工业设计中心年度评价
2025 年 4 月	海鸥冠军荣获佛山潭洲陶瓷展 2025 年原创设计产品奖
2025 年 5 月	海鸥冠军荣获第 21 届新锐榜“设计师喜爱品牌”与“国货精品”奖 公司通过广东省省级企业技术中心年度评价
2025 年 6 月	海鸥冠军荣获 2025 中国瓷砖设计与工艺创新论坛暨第 2 届建陶行业“新质杯”瓷砖设计金奖 海鸥冠军荣获“中国轻工陶瓷行业数字化转型先进企业”称号 海鸥冠军荣获 2025 年 FDA 法国设计金奖 公司、承鸥通过 SA8000 社会责任管理体系换证审核
2025 年 7 月	海鸥冠军产品荣获 2025 德国红点设计概念大奖 公司、承鸥通过 ISO50001 能源管理体系换证审核 公司通过 2025 年度广州市清洁生产企业验收
2025 年 8 月	海鸥（越南）住工荣获 ISO9001 质量管理体系证书
2025 年 9 月	海鸥冠军荣获 2025 美国 MUSE 设计奖银奖 海鸥冠军荣获 2025 年全国“质量月”质量诚信倡议企业 公司、四维卫浴产品荣获美国 IDEA 优胜奖 公司、承鸥通过 ISO22301 业务连续性管理体系换证审核
2025 年 10 月	海鸥冠军荣获第 13 届中国意大利陶瓷大奖赛创意设计金奖 公司产品荣获日本 G-mark 设计主题奖 四维卫浴荣获中国陶瓷协会颁发 2025 年度十大卫浴品牌荣誉 四维卫浴荣获重庆市市级企业环境信用评价环保诚信企业等级
2025 年 11 月	公司通过 2025 年国家知识产权管理体系标准年度审核 公司荣获 2025 年度粤港清洁生产伙伴（制造业）标志 承鸥通过 ISO9001 质量管理体系监督审核
2025 年 12 月	海鸥冠军荣获 2025 年伦敦设计奖金奖 海鸥冠军荣获 2025 第十届金砖奖“2025 年度影响力品牌” 公司荣获招商银行 2025 年度战略合作伙伴荣誉 公司产品荣获“越来越好国际设计大赛”设计奖 公司荣获广东省名优高新技术产品证书 四维卫浴通过 ISO9001 质量、ISO14001 环境、ISO45001 职业健康安全管理体系监督审核

承鸥获得广东省 2025 年高新技术企业认定

2.4 体系管理

为贯彻体系管理相关要求，公司及各分子公司持续以标准管理体系规范内部管理流程。2025 年度，已顺利通过 ISO9001 质量管理体系、ISO14001 环境管理体系、ISO45001 职业健康安全管理体系、ISO50001 能源管理体系、ISO22301 业务连续性管理体系、ISO10012 测量管理体系、SA8000 社会责任管理体系；顺利完成 ISO50001 能源管理体系换证审核。此外，公司顺利通过 2025 年度广州市清洁生产企业专项验收。

2.5 产品介绍

2025 年，公司凭借对市场需求的敏锐洞察与持续的技术创新，围绕品牌客户和终端消费者的需求，推出了涵盖卫浴五金、卫浴电子、智能小便斗、浴室柜等一百余款新产品，提供了多样化的设计解决方案，其中 50 余款产品已陆续开发上市。在技术应用上，设计团队不断扩展免触技术集成、抗菌材料、即热技术和水力发电等先进技术的应用，提升产品的智能化和便捷性，为终端消费者提供更健康、舒适和卫生的家居环境。公司依托专业设计团队持续深耕，精准洞察用户需求，产品创新能力与设计水平不断提升。报告期内，公司产品斩获 4 项国际工业设计大奖及 1 项国内工业设计奖项，其中包括美国 IDEA 奖 3 项、日本 G-Mark 设计奖 1 项、中国“越来越好设计奖”1 项，有效提升了品牌专业形象与市场综合竞争力。

2025 年，四维卫浴以“盛世禅”为核心设计哲学与品牌精神，完成了一次从产品创新到空间美学的全面升华。品牌将“盛世之华”的磅礴气度与“禅意之美”的空灵静谧深度解码，转化为可感知、可体验的卫浴语言。全年超过三十款新品的矩阵式发布，构成了“盛世禅”美学的坚实载体：挂墙淋浴花洒搭载的无极调温技术，让水温变化如四季流转般自然平顺；融合中式榫卯智慧的铝合金浴室柜，在结构之美中暗含匠心；创新开发的超氧杀菌水龙头，则将健康科技隐于优雅形态之下，实现净化功能与视觉美感的统一；而全系智能马桶标配的恒温冲洗、泡沫盾、智能杀菌等功能，则以无声的科技守护用户的健康与宁静。这些产品不仅在技术上实现了自动感应、节能环保的突破，更通过“留白”、“虚实相生”的设计手法，让每一件产品都成为连接东方哲学与现代生活的媒介，持续引领行业向功能、美学与精神体验融合的更高维度迈进。报告期内，四维卫浴两款挂墙式感应小便器，以极简造型与智能感应技术的精妙融合，荣获 2025 年美国 IDEA 工业设计奖，其隐藏式感应结构搭配利落极简轮廓，深刻诠释“少即是多”的禅宗美学内核。与此同时，曾斩获德国 iF 设计大奖的 Una 优娜系列与 Landis 兰蒂斯系列智能马桶正式面市，产品以温润如玉的亲肤质感、饱含东方留白意境的极简线条，搭配近乎静音的智能冲洗科技，让卫浴空间化身涤荡身心的冥想之境，重构舒适卫浴新体验。

2025 年，冠军磁砖围绕绿色健康、东方美学，持续多渠道发力，深入新媒体渠道，深耕工程渠道，细化零售渠道，开展全年度招商营销工作。以“品质、服务、创新”作为品牌驱动力，引领品牌持续发展。针对不同渠道需求，不断丰富产品类别。“徽派印象”高端形象系列持续迭代更新，溯源徽州千年非遗匠心文化，独创 DCMB-TEC 技术，推出“徽派印象

4.0”产品，实现文化 IP 与材质创新的完美融合。定位胶水、星耀冰晶、莫奈干粒、仿生肌纹技术四大工艺叠加，重构材质美学新纪元。紧跟市场风格趋势，推出“金丝绒”系列、“淳木 2.0”系列产品，符合线上线下车装潮流。同时，面对小众审美、新零售渠道，特别推出“POP”手工砖、“花间记”小花砖等个性系列产品，并融合卫浴产品打造厨卫阳空间一体化方案。在品牌战略升级方面，提出“冠军家居”平台，链接多品类品牌资源，赋能渠道拓展与服务升级，致力为消费者、客户提供兼具设计感、功能性以及便捷的空间整体应用方案。

2025 年，珠海爱迪生持续深化与海外核心客户的战略合作伙伴关系，积极拓展全球市场布局，全面加速自有品牌 EDISON 的新品研发与认证工作。依托在空调采暖系统流体自控与温度控制领域积累的深厚技术优势，珠海爱迪生已顺利完成暖通控制阀全系列产品在全球多个重点市场的认证覆盖。珠海爱迪生自主研发的美式泄压阀、压力释放阀等关键产品，成功获得美国与加拿大相关权威机构的认证，进一步巩固了其在行业内的专项认证优势，提升了在全球市场的竞争力。面对智能互联技术的快速演进与用户需求不断升级，珠海爱迪生持续强化在电子传输与控制领域的技术积累，成功推出新一代电子恒温阀、无线智能温控器及语音控制系统等系列化智能产品。这些新品不仅具备界面清晰、远程互联、智能防冻等先进功能，更以人性化设计为核心，以操作便捷、安装简易为特点，为用户提供了前所未有的舒适体验。

2.6 参展情况

2025 法兰克福 ISH 展

德国法兰克福暖通制冷及厨房卫浴展览会（ISH）为全球规模最大且国际化最高的卫浴及冷暖空调设备展，是全球卫浴和暖通厂家展示自身产品和创新精神以及推出新产品的重要舞台。ISH 展作为全球知名的卫浴行业盛会，是引领现代浴室设计、厨房设备以及智能家居系统最具影响力的专业展会之一。公司集成家居用水系统、节能、环保、安全、物联、温控等方面的技术，提供可信赖的用水系统产品解决方案，在展会亮相。

2025 中国制冷展及中国制热展

2025 年中国制冷展，珠海爱迪生展示了智能冷冻冷藏控制系统、智能防漏侦测系统、五恒控制系统、热泵锅炉控制系统及智能温控器五大模块。智能冷冻冷藏控制系统以智慧储新、高效节能、精准控温为特色；智能防漏侦测系统可通过有线及无线的解决方案，实时监测水管、水龙头及重点设备如净水器、锅炉等的漏水情况，有效防止水损事故的发生；五恒控制系统全面调节五大环境要素，打造恒温、恒湿、恒氧、恒洁、恒静的舒适生活；热泵锅炉控制系统以热泵控制技术，结合智能控制算法，实现了高效、稳定的供暖与热水供应；智能温控器以小巧精致的设计、简单易用的操作界面以及强大的人工智能交互功能，为用户提供了前所未有的便捷体验。

2025 年中国制热展，珠海爱迪生展示了多热源生活热水系统、室内温控系统及智能防漏侦测系统三大创新解决方案。多热源生活热水系统整合多种热源家用场景，实现了高效节能与稳定供水的完美结合；室内温控系统精准感知环境变化，自动调节空调、地暖、散热器

片等温控设备，确保室内温度始终维持在用户设定的舒适范围内；智能防漏侦测系统支持有线、无线双重解决方案，可实时监测水管、水龙头及净水器、锅炉等重点设备的漏水情况，满足不同场景的防漏防护需求，从源头有效防范水损事故发生。这些创新解决方案必将在更多家庭中发挥重要作用，推动智慧家居产业的绿色发展。

2025 潭洲展

佛山潭洲陶瓷展是亚洲规模最大、全球极具影响力的行业盛会。四维卫浴与冠军磁砖基于“绿色健康、东方美学”的高度契合理念，开创性地构建“瓷砖+卫浴”一体化大家居生态系统。展会中，双方以『预鉴东方』为主题联合打造沉浸式国风展馆，将徽派建筑的飞檐翘角、青砖黛瓦与现代光影艺术交织，生动再现了“盛世禅”空间中“山水入室”的诗意画卷。此次合作不仅展现在视觉与文化的融合上，更贯穿于绿色材料、健康技术与智能系统的整合之中，共同构建出从产品到空间、从功能到美学的完整健康家居生态。这不仅是产品层面的结合，更是从设计、供应链到交付的全链条商业模式创新，旨在为用户提供从单品到整体空间的一体化健康美居解决方案，推动智能卫浴体系与高端产品矩阵的完善，最终以创新方式传承中华文化，以卓越品质打造国货精品，树立兼具健康内核与东方气韵的卫浴美学新典范。

三、企业文化及价值观

员工是企业发展的动力源泉，关爱员工是构建和谐企业的核心所在。公司始终秉持“以人为本、自由平等”的价值观，通过全周期关怀体系与技能成长平台，持续提升员工归属感与职业竞争力。2025 年，公司围绕文化传承、健康关怀、技能赋能三大维度，组织开展了一系列特色活动，进一步增强员工归属感，提升企业的凝聚力与向心力，激发了大家的工作激情和创造热情，以实际行动诠释对员工的深切关怀，将关爱员工落到实处，切实提高了员工的幸福感与安全指数，为共建和谐企业添砖加瓦。

2025 年 1 月	2025 年对联征集活动 2024 年度海鸥住工尾牙暨成立二十七周年联欢晚会
2025 年 2 月	2025 年度开工盛典
2025 年 3 月	“春日开跑，活力全开” 2025 年海鸥跑步社，迎春健康跑 “岁月同辉，时光因你而美” 女神节系列活动
2025 年 5 月	爱心妈妈屋升级改造 端午节送福利——发放福粽
2025 年 6 月	“夏日套瓜，清凉一夏” 夏日清凉系列活动
2025 年 7 月	“清积水，灭蚊虫” 卫生防蚊灭蚊行动
2025 年 8 月	“2025 小海鸥暑假工厂研学营” 暑假系列活动 “工企联动送清凉，情暖职工斗志昂” 夏日清凉系列活动

- 2025 年 9 月 员工健康体检圆满举行
“工会杯”职工羽毛球赛
- 2025 年 10 月 “月满华诞，灯映团圆”迎国庆、贺中秋主题活动
“挥拍燃放激情，球跃舞动青春”运动季活动
珠海厂区开展《731》主题电影教育活动
- 2025 年 11 月 篮球联谊赛&趣味投篮赛——运动季活动
- 2025 年 12 月 精工匠心，双战告捷——劳动技能大赛

四、人才政策

4.1 人才发展战略

公司始终以“不分性别、中外、年龄、本地、外地，一律平等对待”用人政策，致力于建立和完善“选才、育才、用才、留才”人才战略方针，并制定全面完善的晋升制度。人才是第一资源，也是企业发展的战略资本。为吸纳更多的人才，满足生产经营需要，公司建立市场化的人才招聘机制，通过多元招聘渠道，深化校企合作，推行内部人才举荐，广纳优秀人才。构建绩效管理体系、激励与回报机制，建立绩效奖金三维联动模型，设立专项奖，强化荣誉体系、职业通道与物质回报的三维协同，为公司发展提供坚实人才支撑。

2025 年，公司继续深耕社招、官方招聘网站、专业猎头等高价值招聘渠道，进一步打通多元引才链路、提升招聘效率与人才匹配精度，精准对接各业务板块的核心用人需求。同时，大力拓展校企合作版图，先后与广东工业大学、云南农业大学、昆明理工大学等院校建立稳定的校企合作关系，为人才梯队建设注入新鲜血液，奠定人才培养基础。

2025 年，公司以战略协同与价值共创为核心导向，构建覆盖目标规划、过程管控、绩效评估与长效激励的绩效管理体系。融合一级部门负责人战略承接考核、个人业绩贡献评价及 360 度全方位能力评估，识别组织效能瓶颈与个人成长路径，优化资源配置，实现价值创造、评估与分配的闭环管理，持续提升组织内驱力与人才价值认同。

在激励与回报机制设计上，公司建立绩效奖金三维联动模型，将经营成果与员工收益深度绑定。设立研发项目奖金与创新设计专项奖，激发技术突破与流程优化。2025 年持续强化荣誉体系、职业通道与物质回报的三维协同，塑造“高绩效驱动高成长、高贡献赢得高回报”的组织生态，为公司战略注入动能。

截至 2025 年 12 月 31 日，员工总数 4,350 人。

1、员工专业构成		
专业分工	人数	比例 (%)
生产人员	3,023	69.49
销售人员	310	7.13
技术人员	746	17.15
财务人员	74	1.70
行政人员	197	4.53
合计	4,350	100.00

2、员工教育程度构成		
文化程度	人数	比例 (%)
硕士以上	26	0.60
大学本科	439	10.09
大专	620	14.25
中专	646	14.85
中专以下	2,619	60.21
合计	4,350	100.00

3、员工年龄构成		
年龄	人数	比例 (%)
30 岁以下	674	15.49
31-40 岁	1,421	32.67
41 岁以上	2,255	51.84
合计	4,350	100.00

4.2 教育与培训

公司始终秉承“造好产品、先育好人”的理念，坚定地将建立学习型企业、培育学习型员工作为宗旨，尤其重视提升员工的能力建设。在培训体系建设方面，公司采取线上线下融合、理论与实践结合、集训与自学互补的方式，确保培训质量与实际成效。公司会根据自身实际情况，有针对性地制订切实可行的培训计划，仔细筛选培训内容，并对培训的组织与设计进行精心安排。同时，公司还加强对培训过程的管理，不断健全和完善培训评估考核制度，以确保培训的高质量和实际成效。

2025 年，公司健全内部培训体系，涵盖新员工入职、人工智能工具学习、应急救援、班组长等培训，提升员工综合能力。推行导师制度，助力新员工快速融入企业文化和提升技能。鼓励员工参加外部培训和认证考试，提升个人竞争力。围绕公司战略发展需要，持续组织开展人工智能训练师培训、专利基础与实务培训、干部训练营、多能工专项培养、海鸥读书会、早集会高管分享等专项类培训。公司和各分子公司根据发展需要及员工需求，开展多种形式培训，通过精准化的培训体系，有效提升了员工职业技能与企业竞争力。

【新训中心】——夯实入职根基，加速效能转化

新员工是企业发展的新鲜血液，其快速融入与能力提升直接关系生产运营效率。2025年，公司延续“理论+实操”双轨制培养模式，系统化开展新员工培训，全年累计举办 84 期，覆盖 850 名新员工。

培训课程体系聚焦工艺标准、品质管控、安全生产、企业文化、人事管理规章制度等核心模块，将其纳入部门内训必修课，强化新员工岗位适应能力。各厂区结合业务特点优化培训流程，理论教学侧重基础认知与制度解读，实操训练聚焦岗位核心技能演练，通过“师傅带徒”、“模拟实操”等方式提升学习效果。系统化的培训设计有效缩短了新员工适应周期，提高了岗位操作规范性与工作质量，为公司生产效率稳定提升提供了坚实保障。

【人工智能学习及认证培训】——以考促学强技能

为顺应数字化转型趋势，强化员工数字化工具应用能力、储备人工智能领域人才，公司组织开展人工智能专项学习及认证培训，为公司数字化、智能化发展注入动力。人工智能学习以“实用、实效”为核心，聚焦工具工作场景应用，围绕文档处理、数据检索等关键领域设置内容，提升员工数字化技能。同时通过搭建经验分享平台，组织高分学员分享技巧与方法，形成“以考促学、以学促用、经验共享”的氛围，推动全员数字化办公能力提升。组织开展人工智能训练师认证培训，紧扣行业与工作需求，涵盖人工智能基础理论、数据标注规范、模型训练方法、智能交互优化等核心模块，采用“理论授课+案例分析+实操演练”的教学模式。实操结合营销、客服等场景，让学员掌握训练核心技能。通过培训，学员具备了独立完成数据标注、模型优化、智能产品交互设计等工作的能力，为公司人工智能技术落地应用提供了专业人才支撑，助力业务流程智能化升级。

【日常应急救护培训】——强化应急能力，守护职业安全

为切实保障员工职业健康与生命安全，公司安排车间班组长及一线骨干员工参与番禺中心医院组织的日常应急救护专项培训，并将应急救护知识带回车间进行内部分享。

培训内容聚焦实用应急技能，涵盖心肺复苏（CPR）、人工呼吸、骨折固定术、海姆立克急救法等核心模块，由专业急救讲师采用“理论讲解+实操演示+模拟演练”的方式授课。讲师结合生产车间常见应急场景，详细拆解急救步骤与操作要点，学员通过分组演练、一对一指导等方式熟练掌握急救技能。此次培训有效提升了参训员工的应急处置意识与实操能力，使其能够在突发意外情况下快速采取科学有效的救护措施，为构建安全稳定的工作环境筑牢了第一道防线。

【专利基础与实务培训】——强化知识产权意识，赋能创新发展

为加强企业知识产权建设、激发员工创新活力，公司组织《专利基础与实务》培训，各部门积极响应，累计 60 余名员工参与，多名对专利知识感兴趣的跨部门员工主动参训。

培训采用线上线下相结合模式，邀请知识产权专家授课，围绕专利申请流程、权利保护范围、侵权风险规避、专利挖掘技巧等核心知识点展开，邀请知识产权领域专家授课，结合典型案例解析专利实务中的重点难点问题。通过培训，员工系统掌握了专利相关法律法规与实操技能，专利意识显著提升，创新积极性得到进一步激发。此次培训是公司推动创新发展

的重要举措，为构建完善的知识产权保护体系、提升公司核心竞争力奠定了坚实基础。未来，公司将持续开展此类专业培训，拓宽员工知识视野，助力公司在创新赛道上持续领跑。

【第廿九期海鸥干部训练营】——锻造优秀团队，提升管理效能

为强化干部队伍思想共识与核心能力，夯实战略落地根基，公司在珠海营地举办『第廿九期海鸥干部训练营』，开展为期三天两夜的脱岗集中培训。本次训练营紧扣“统一思想、提升技能、衔接未来”核心目标，精准设置四大课程模块，构建“理念传导—技能赋能—实践衔接—战略落地”完整培训闭环，助力干部团队适应企业发展需求。

通过专题授课、小组研讨、经验分享、成果汇报等多元形式，学员系统提升了管理与项目运营能力，更对企业文化及未来战略有了深刻的理解，统一了工作思路与执行标准。结业后，学员将所学转化应用于实际工作，有效提升团队管理效能与执行力，为公司战略目标落地提供了有力支撑。

【“爱分享·共成长”海鸥读书会】——以书为媒强认知，聚力赋能促发展

公司围绕战略发展需求，持续推进“爱分享·共成长”海鸥读书会活动。读书会通过制作精美短视频分享读书心得，营造了浓厚的学习氛围。高管团队带头参与分享，结合公司战略与管理实际解读书籍核心观点，员工围绕工作中的困惑与经验展开深入交流。通过读书分享，全体参与者对企业经营管理、组织活力激活、数字化转型等关键议题有更深刻的认知，进一步统一战略思想，增强团队协作意识与执行纪律性，为公司战略执行与长远发展注入了坚实的知识力量。

【职业技能等级认定】——自主评定提效能，技能人才稳发展

番禺及珠海厂区成功取得职业技能等级认定资格，实现员工技能等级自主评定，公司技能人才培养与评价体系迈入新阶段。

本次认定的职业（工种）范围涵盖车工-数据车工、磨工-普通磨床磨工、铸造工-铸造造型（芯）工、模具工-冲压模、包装工、建筑五金制品制作工、建筑五金制品制作工-水龙头及卫浴配件制作工等7个岗位，均贴合公司生产核心需求。公司依据国家职业技能标准，结合生产实际制定评定细则，采用“理论考试+实操考核”方式，全面评估员工技能。自主评定打破外部评定的时间、地域限制，实现技能评价与岗位需求精准对接，激发员工钻研技能的积极性。持续健全技能人才梯队体系，搭建清晰的职业发展路径，为企业高质量发展提供坚实的技能人才支撑。

五、员工福利体系及权益保护

5.1 员工福利政策

公司始终坚持“以人为本、从心出发”的管理理念，把员工作为企业生存和发展的最关键因素。多年来，公司持续深化改善员工的工作和生活环境，努力为员工打造舒适、舒心的空间环境。公司在现有的基础上不断从员工的“食、宿、劳”三大生活场景出发，改进完善，满足员工日常所需，增强员工幸福感。

食之温心

为切实落实关爱员工、惠及员工的宗旨，公司及各分子公司的员工食堂面向社会开展公开招标。招标过程中，将组织员工代表与后勤管理人员共同参与评审、实地考察，严格遴选具备正规资质的专业餐饮公司，为员工提供安全、健康、优质的餐饮服务。组织稽查团定期每月对食材、卫生、消毒进行稽查，确保员工食得安心。

同时，公司将定期对食堂进行翻新升级，从源头严格把控食材品质与采购渠道，全力筑牢就餐安全防线。此外，食堂将依据季节变化动态更新菜品，每周定期发布餐单，科学搭配膳食营养，全方位提升员工就餐体验及满意度。

宿之舒心

公司对员工宿舍的洗衣机、空调、电扇等电器以及健身房等设施，依据实际需求按时进行清洁、维修、保养以及更换。新增宿舍烟感器等设备，切实保障员工的安全，每月开展宿舍区的消杀与灭鼠工作，每日安排专人打扫宿舍区卫生，确保员工住宿环境安全、整洁、舒适。根据员工需求，增加宿舍数量，并统一安装床、衣柜、桌椅、窗帘等生活设施。同时，升级宿舍网络与监控系统，安排专人值班，全方位保障员工的生命及财产安全。

2025 年公司持续升级住宿环境，分批次更换宿舍旧床，共汰换 383 套，占比 74%。部分宿舍设施翻新，清洗空调与风扇，更换文体用品，不间断改善员工的住宿、安全与健康环境，让员工住得舒心。

劳之悦心

公司执行月度虫害防治计划（含消毒、杀虫、灭鼠），建立饮用水安全监测台账，实现每日水质抽检+滤芯按周期更换的双轨管控，保障员工饮水安全；厂区车间休息区配置冰柜、自动贩卖机，为员工日常使用提供便利。

5.2 员工关怀政策

员工意外帮扶

公司持续为全体员工购买团体意外险，为员工意外伤害提供保障。指定部门专人协助员工意外险理赔办理，最大程度为员工解决问题。2025 年，员工意外险理赔率 100%，保险金支付率 100%，员工满意度 100%。

健康关怀

2025 年，公司持续重视员工健康管理，通过优化服务体系、深化健康干预等措施，为员工提供全面、系统的健康保障。在年度健康体检方面，公司择优选取具备专业资质的医疗机构，为全体员工组织职业健康体检和全员健康体检，对员工健康状况进行有效监测与评估。根据体检结果，公司重点关注并识别高血压等健康风险人群，及时开展健康风险告知，并提供科学、合理的改善建议与指导。

为进一步做好员工日常健康保障工作，公司持续完善急救卫生室资源配置，常年配备防

暑降温药品、常用非处方药、基础救护器材及血压监测仪等，并在各车间实现急救药箱全覆盖，确保应急医疗条件随时可用。同时，公司积极与政府医疗机构合作，面向员工开展多场免费健康讲座、主题宣传与现场咨询活动，普及健康知识，提升全员健康意识与自我管理能力。此外，本年度公司还为员工提供病毒性肝炎筛查等免费健康服务，推动疾病早发现、早干预，持续营造关爱员工、健康至上的企业氛围。

5.3 劳动安全保障

安全生产

安全生产是公司发展的基石。公司始终坚持“安全第一、预防为主、综合治理”的方针，积极践行“清源降耗、安全环保、回馈社会”的环境健康安全理念。

2025 年，公司以『创新驱动发展』为主线，在管理层的引领下，持续优化组织架构，深化扁平化与垂直管理相结合的模式。通过融入创新管理理念与方法，推动内部流程系统性升级，全面提升决策前瞻性、跨部门协同效率、信息传递敏捷性与执行创新能力。

在环境健康安全方面，公司建立了完善的监督考核体系，明确各级人员责任清单，细化部门及岗位职责与考核目标，进一步厘清并压实各层级在环境健康安全工作中的责任、权限与利益关系。通过签署领导层承诺书与全员安全生产责任状，严格执行月度、季度及年度责任考核。

2025 年度，公司及子公司各项环境健康安全目标与指标基本达成。全年未发生工亡事故、七级以上工伤事故、环境污染事件、消防火灾事故，也无新增疑似或确诊职业病病例。一般工伤事故数量持续下降，公司正稳步向“零工伤”的长期目标扎实推进。

职业健康

2025 年，公司持续筑牢职业健康防线，全年未发生急性职业中毒事件，亦无新增疑似或确诊职业病病例。

在职业危害源头治理方面，公司进一步加大投入，完成对模具楼、装配车间等区域的厂房环境升级，深入实施“明亮工程”。随着机械手、自动化磨抛设备、先进数控加工中心等智能化装备的规模化应用，生产自动化与工艺先进性显著提升，有效改善了员工作业环境，降低了劳动强度，提供了更为整洁、安全、舒适的生产空间，从源头控制职业健康风险。

2025 年 6 月，公司继续委托具备资质的第三方技术服务机构，对工作场所开展职业病危害因素定期检测与现状评价。评价结果显示，本年度职业病接害岗位数量进一步减少，接害人数持续下降，职业健康指标全部符合国家标准限值，风险管控取得积极成效。同年，公司组织全体接害岗位员工进行了年度职业健康体检，结果均未显示疑似或确诊职业病情。基于在职业健康管理方面的持续投入与扎实成效，2025 年公司保持广州市“健康企业”称号。

消防管理

2025 年，公司持续贯彻“预防为主、防消结合”的消防安全方针，全面落实“三自主、两公开、一承诺”监管要求。报告期内，公司委托具备资质的第三方机构开展专业消防维保服务，保障消防器材始终处于完好有效状态。同时持续推进消防管理队伍专业化建设，加强消防队员专业技能训练，巩固消防安全“四个能力”建设成果。在番禺区消防技能大比赛中，公司参赛队伍表现优异，取得前列名次。通过系列举措，公司消防设施体系不断完善，整体安全管理水平进一步提升。

2025 年，公司消防设施维保率、器材合格率、隐患整改率、员工消防培训合格率及应急演练参与率均持续保持 100%。全年未发生火警事件，消防安全形势整体稳定可控。

六、股东及债权人权益保护

6.1 投资者权益保护

公司严格遵循有关法律法规的要求，持续完善《公司章程》，设立“两会一层”的法人治理结构，明确各层级权责边界，健全制衡机制，保障股东合法权益不受侵害。

2025 年，公司严格按照《公司章程》规定，有序召开三次股东会，会议的通知、召集、召开及表决全流程合规合法、规范有序，充分保障股东的参与权、知情权和表决权。公司严格按照《深圳证券交易所上市公司股东会网络投票实施细则》的要求，在历次股东会中均全面实施网络投票，为全体股东尤其是中小股东参与公司决策提供便捷渠道，进一步保障股东的权益。在审议关联交易事项时，关联股东执行了回避制度，运作规范，确保所有股东享有平等的法律地位，充分行使依法享有的权利，切实维护股东利益的公平性。

6.2 投资者关系管理

公司通过邮件、投资者热线电话、互动易等渠道，本着公平对待所有投资者的原则，积极建立与投资者双向交流的机制，着力维护公司与投资者之间相互信任、利益一致的良性互动关系，切实保障所有投资者平等获取公司信息权利。

2025 年，公司董事长、总经理及董事会秘书秉持认真负责、及时高效的态度，回应投资者关切，全年累计回复互动易问题共 43 条，回复率 100%；全年累计接待调研 4 次。

6.3 投资者回报

为不断完善公司持续、稳定的利润分配政策、分红决策和监督机制，积极回报投资者，2025 年，公司严格按照《海鸥住工未来三年股东回报规划（2023 年—2025 年）》并综合考虑公司年度经营成果、盈利能力、现金流状况、未来发展规划、股东回报诉求、社会资金成本及外部融资环境等多重因素，合理制定利润分配方案，保持利润分配政策的稳定性，在保障公司可持续发展的前提下，重视对投资者的合理投资回报，兼顾股东长期利益与公司长远发展。

6.4 信息披露

公司始终将信息披露工作作为维护投资者权益的核心举措，严格按照《公司法》、《证券

法》、《深圳证券交易所股票上市规则》、《公司章程》、《投资者关系管理制度》、《信息披露管理制度》的相关规定，设立专门机构并配备相应人员，明确信息披露流程、责任分工及审核机制，依法、依规、及时履行信息披露义务，确保信息披露真实、及时、准确、完整，使所有股东都有平等的机会获得公司信息。

2025 年，公司在中国证监会指定信息披露媒体巨潮资讯网、《证券时报》、《上海证券报》和《经济参考报》累计披露公告 62 项，共 111 份文件。

七、客户、供应商权益保护

7.1 客户满意

2025 年，公司所处行业面临多重外部挑战，美国贸易保护政策加剧输美产品价格压力，欧盟环保等标准升级推高检测成本，美国对华加征关税推动相关制造业需求向东南亚转移，国内市场亦因需求外流出现供给过剩，行业竞争加剧，整体承压。面对复杂行业环境，公司始终以客户需求为核心，将提升客户服务水平作为全年运营核心主线，全方位夯实自身综合竞争力。结合长期发展战略，公司前瞻性完成越南生产基地布局，历经多年精细化建设，现已构建起以越南为接单窗口、越南与中国双制造协同的双供应体系，为客户有效应对外部市场波动提供业务支撑。在市场布局上，公司一方面深耕欧美成熟市场，紧扣当地客户对高品质、智能化家居产品的核心需求，持续加大研发投入，组建专业技术团队，重点突破智能感应、高效节水、抗菌环保等关键技术，以高附加值产品对冲贸易壁垒，巩固市场份额，打造差异化竞争优势，切实满足客户对产品品质与创新的要求；另一方面积极开拓“一带一路”沿线新兴市场，紧抓当地基建及房地产市场发展机遇，凭借自有的成熟制造技术与产能优势，针对性开发适合当地消费层次与需求特点的高性价比基础款产品，逐步提升市场知名度，培育新的业务增长点。在交付保障上，公司凭借中越双制造布局，搭建灵活高效的供应链体系，以越南工厂作为前端接单窗口，依托国内工厂深厚的技术积淀与充足产能支撑，强化上下游协同合作与信息共享，为客户提供稳定、灵活的供货服务。未来，面对市场竞争、成本波动等多重压力，公司将持续优化全球布局、强化内部管理、推进产业升级，深化成本管控与供应链优化，以客户为中心实现业务稳健良性发展，持续为客户创造长期价值。

7.2 绿色采购

本着相关方全面满意的最终目标，2025 年公司持续推动合作共赢、分担风险和分享资源的供应链关系。

供应商选择

2025 年，公司继续以道德规范和商业道德作为采购工作的核心准则，坚持公平、公正的原则，严格按照《供应商管理制度》规定的审核标准和批准流程，科学、规范地开展供应商选择与开发工作。遵照“Q.C.D.S”原则，即质量、成本、交付与服务并重，以《供应商资格评审表》为作业指导，全面评估供应商的综合能力。供应商合法合规经营，具备完善的合规管理体系，拥有符合要求的质量认证体系，确保产品和服务的高品质，具备持续的技术

研发和创新能力，能够满足公司未来发展需求。同时具备持续经营的方针，关注生产安全、关注环境保护、遵守社会法律法规、保守机密信息等。

供应商管理与改善

公司持续优化供应商管理机制，以应对日益复杂的市场环境和经济形势，确保供应链的安全性、稳定性和可持续性。通过科学的管理工具和方法，公司将持续提升供应商的整体绩效，推动供应链的高效协同发展。公司运用平衡计分卡和配额等工具，定期对供应商考核准时率、合格率、成本降低、配合度等各项关键指标的达标状况，通过“奖优罚劣”的激励机制，鼓励供应商不断提升自身能力，同时对未达标的供应商采取整改或淘汰措施，确保供应链的整体竞争力。每年制订供应商年度考核计划并遵照执行，组织专业团队为供应商提供多维度及过程质量考核、管理、辅导和技术支持，对供应商社会责任与环境安全进行定期评审，不断敦促供应商进行改善和提高。针对评估中发现的问题，公司将为供应商提供针对性管理辅导和技术支持，帮助其实现持续改进。为明确双方的责任与义务，公司与供应商签署框架合同、保密协议等法律文件，确保合作关系的透明性和规范性。并通过建立风险预警机制，公司能够及时识别和应对供应链中的潜在风险，保障双方权益。

供应商社会责任管理

依据《供应商管理制度》规定，公司与引入供应商签署了《企业社会责任承诺书》，要求各供应商以实际行动开展“清源降耗、安全环保、回馈社会”工作，建立以尊重人权为基础的企业与员工之间的和谐关系。公司与供应商签署《廉洁公约》，要求各供应商公正交易，以提升业绩的方式来建立及维护合作关系。

绿色采购

树立和推行绿色采购观，为企业及社会带来显著的社会效益和经济效益，是企业的发展趋势。公司从以下几点推行并贯彻绿色采购的宗旨：（1）完善绿色采购制度，遵循相关法律法规，追求 100% 的绿色采购活动。（2）加强绿色供应商引进与筛查，优先选择符合国家环保标准、具备绿色认证的供应商。通过建立绿色供应商数据库，对供应商的环境绩效进行动态监控和评估，确保供应链的每一个环节都符合绿色低碳要求。（3）提升供应商绿色意识，开展绿色采购培训与宣导活动，强化供应商的环保意识和社会责任意识。通过签订《绿色合作协议》和《企业社会责任承诺书》，明确供应商在环境保护、资源节约和可持续发展方面的责任与义务。

八、反腐倡廉

公司始终坚守廉洁经营理念，致力于打造廉洁奉公的干部队伍，营造公平公正、风清气正的职场氛围，将反腐倡廉工作落到实处。公司制定《廉洁管理规定》、《稽核工作制度》、《干部问责制》等规章制度，以制度化建设严格规范内部管理人员职业操守，坚决杜绝收受贿赂、侵占财物、挪用公款等违法违纪行为，通过多维度监督机制强化廉洁操守管控，严厉打击各类损害公司利益的腐败行为，筑牢企业廉洁经营防线。

为畅通员工诉求表达渠道，保障员工投诉、申诉与举报权利，公司推出的“码上说 马

上办”线上小程序，为员工提供便捷、高效、全天候的意见反馈途径，助力员工随时随地针对公司管理事宜表达诉求、反馈问题。小程序支持匿名与实名双模式提交意见，全方位保障员工反馈的隐私性与安全性；公司承诺对每一条反馈均及时响应、依规处理，确保各类问题得到有效解决。同时，小程序搭载智能跟踪功能，员工可实时查询问题处理进度，切实提升沟通反馈的透明度，增强员工对公司管理的信任感。2025 年，公司通过该小程序累计处理员工意见 326 份，切实将员工诉求转化为企业管理优化的实际行动，以高效的内部沟通机制夯实企业可持续发展的内部根基。

九、环境保护及可持续发展

公司始终以“绿色制造、低碳发展、责任担当”为核心导向，对标行业先进标准，持续完善环境治理体系，推动生产经营与生态保护协同共进。公司严格遵守《环境保护法》、《水污染防治法》、《大气污染防治法》等法律法规，完成排污许可证年度核验与环境管理体系认证维护，建立“管理层牵头、各部门协同、全员参与”的环保管理机制，修订完善突发环境事件应急预案，针对生产全流程环境风险点开展常态化排查与应急演练，2025 年，未发生重大环境污染事件，环境安全与生产经营平稳有序。

在污染防治与资源循环利用领域，公司聚焦卫浴生产核心环节，持续加大环保投入与技术升级。针对生产废水处理，优化升级处理工艺与设施，强化重金属、有机物等污染物管控，确保废水经处理后稳定达标排放，同时推进中水回用系统建设与运行，提升生产用水重复利用率，减少新鲜水资源消耗与污水排放总量。针对废气排放，完成生产车间密闭化改造与废气治理设施升级，有效管控挥发性有机物等大气污染物排放，降低生产活动对周边大气环境的影响。在固废管理方面，严格落实危险废物规范化管理要求，委托具备资质的专业机构进行收集、贮存与处置；对一般工业固废实施分类回收、资源化利用，推动固废减量化、无害化、资源化，践行循环经济发展理念。

节能降碳与绿色能源布局是公司可持续发展的重要抓手。凭借技术与资源优势，公司对窑炉、电机、水泵等核心生产设备进行节能改造，推广应用变频控制、余热回收、智能管控等节能技术，降低生产过程中的电力、煤炭等能源消耗，减少碳排放强度。同时，积极响应国家“双碳”战略，启动分布式光伏项目前期规划与调研，探索绿电替代传统能源的可行路径，为后续优化能源结构、提升可再生能源使用比例奠定基础。

绿色研发与产品升级是公司践行可持续发展的核心支撑。公司持续聚焦节水、环保、低碳型卫浴产品研发，优化产品设计与生产工艺，推出多款节水型卫浴产品，降低产品全生命周期的水资源消耗与环境影响，提升产品绿色竞争力。

社会责任与公众沟通层面，公司始终坚持“立足地方、服务社区、共建生态”的理念，积极履行企业公民责任，主动发挥行业带头作用。公司全力配合并深度参与工业废水与生活污水“零直排”专项行动，严格落实雨污分流、管网改造、废水深度处理等要求，以自身规范化治理为区域水环境改善贡献力量。同时，积极响应市环保局及属地社区号召，主动参与各类环保项目宣传活动，通过现场宣讲、案例展示等形式，普及水污染防治、大气保护、低

碳生活等知识，带动周边企业与居民共同关注生态环境、参与绿色实践。此外，公司定期向地方生态环境部门报送环境数据，通过官方渠道披露环保实践与绩效信息，保障信息公开透明，主动接受社会监督，以实际行动构建政企联动、社企共建的生态保护格局。

2025 年，公司在环境保护与可持续发展领域取得阶段性成效，但也面临环保标准持续提升、节能降碳压力加大、绿色技术创新需求迫切等挑战。未来，公司将继续努力成为环境保护治理行业标杆企业，深化环境治理体系建设，加大环保技术研发与设施投入，持续提升废水回用率、降低能源消耗与污染物排放，加快分布式光伏+储能等绿色能源项目落地，推出更多高性价比的环保型卫浴产品，提升绿色产品营收占比。同时，持续深化污水“零直排”治理成效，积极参与更多环保公益与宣传活动，进一步发挥行业带头作用，以实际行动践行绿色发展理念，助力卫浴行业绿色低碳转型与地方生态环境高质量发展。

十、社会公益事业

10.1 【广东省海鸥文教基金会】

广东省海鸥文教基金会（以下简称“基金会”）是由公司创始人与前副董事长共同出资 200 万元，于 2011 年 7 月 5 日获得广东省民政厅批复正式成立。基金会始终坚持“点燃希望，助力成长”的宗旨，严格按照《海鸥文教基金会管理条例》及相关法律法规，积极开展各类文教公益活动，助力学子成长。2025 年度，基金会参与公益活动捐赠金额共计 402.83 万元。

教育助学类项目

- 1、秉承关心支持教育事业，勉励莘莘学子努力向学，基金会举办『筑梦奖金』项目，涵盖公司、弋阳中专及基金会援建的希望小学，发放奖金共计 383,167.78 元。
- 2、基金会在弋阳中专设立竞赛奖金，激励师生踊跃投身各级各类竞赛活动，以赛促教、以赛促学，助力院校教育教学质量提升，活动竞赛金额共计 300,000 元。
- 3、基金会分别于 2025 年 5 月、12 月赴湖北利川希望小学开设公益课堂，以丰富多元的课程内容拓宽学生知识边界，助力其开阔认知视野、启迪成长思维，两次公益课活动金额共计 14,941.93 元。
- 4、2025 年 8 月，基金会专项资助公司员工子女，为其提供学业支持，助力其顺利完成学业，资助助学金共计 10,000 元。

文化传承类活动

- 1、2025 年 1 月，为拓展孩子知识面、培养阅读习惯，基金会开展『第七期小海鸥读书达人』活动，活动金额共计 7,923.58 元。
- 2、2025 年 1 月，基金会举办『第四期寒假征文比赛』，以赛事为激发学生写作热情，提升语言表达与创作能力，为校园原创文学提供展示平台，活动金额共计 13,074.66 元。
- 3、2025 年 1 月，基金会举办 2024 年尾牙『诵读经典，传承文化』活动，弘扬中华优秀传统文化，增强员工家庭对基金会的认同感与归属感，活动金额共计 2,158.83 元。

4、2025年7月，基金会在陕西叶焯希望小学开展暑期夏令营『走进大山见美好』活动，丰富课余生活，拓宽学生们的视野，活动金额共计22,841.50元。

5、2025年7月，基金会开展『第十六期小海鸥读经班&第六期绘画夏令营』，提升孩子们文化素养与艺术欣赏能力，活动金额共计20,102.43元。

6、2025年12月，开展国际志愿者日感恩活动，基金会对志愿者的辛勤付出与无私奉献表达诚挚感谢，活动金额共计2,966.24元。

教育设施改善专项项目

1、2025年3月，基金会叶理事已第三年向陕西叶焯希望小学捐赠教学设施，改善学校教学条件，捐赠金额共计21,084.78元。

2、2025年3月，基金会回访援建的陕西叶焯希望小学，捐赠爱心物资，为学生创造更好学习环境；同时投入资金完善教学设施，改善办学条件，捐赠金额共计8,211.77元。

3、2025年3月，基金会专程回访贵州铜仁印江希望小学，活动金额共计15,302.92元。

4、2025年4月，基金会为海南万宁禄马兰英希望小学捐赠教师工衣，捐赠金额共计5,280.00元。

5、2025年6月，基金会向江西德兴龙头山希望小学、湖北通城关刀镇海鸥希望小学、安徽颖上海鸥培基希望小学捐赠体育器材，助力改善贫困地区教育环境，捐赠金额共计5,332.86元。

6、教师节期间，基金会在厂区周边学校赠送244份教师节礼物，活动金额共计3,836.39元。

7、2025年11月，为助力斗门区校园体育赛事高质量发展，基金会携手珠海市斗门慈善促进会，倾情赞助斗门区第50届中小学田径运动会，捐赠金额共计40,000元。

8、2025年12月，基金会回访援建的安徽颖上海鸥培基希望小学，捐赠爱心物资，投入资金完善教学设施，捐赠金额共计10,694.60元。

9、2025年，聚焦弋阳中专院校教学质量提升需求，基金会定向捐赠教学仪器设备租赁费，捐赠金额共计657,600元。

10、2025年12月，基金会为湖北通城关刀镇海鸥希望小学捐赠爱心物资，本次捐赠金额共计1,820元。

11、2025年12月，基金会为江西德兴龙头山希望小学学生捐赠冬衣，捐赠金额共计15,092元。

12、2025年，基金会向江西鸥迪教育科技有限公司捐赠一批电器和行政家具，捐赠金额共计2,460,120.62元，并由弋阳中等专业学校使用。

13、2025年12月，基金会团队回访弋阳中专，全面了解学校办学情况与学生需求。本次走访金额共计3,021.44元。

公益推广与专项行动

2025年6月，基金会举办『我为山区孩子捐冬衣』月捐推广义卖活动，活动金额共计

3,679.84元。

10.2 公司公益活动

工会关爱计划

广州海鸥住宅工业股份有限公司工会委员会（以下简称“公司工会”）于2004年11月11日成立，旨在帮助和指导员工与企业签订劳动合同、组织开展劳动竞赛、调解劳动争议、督促企业做好劳动保护、积极推进员工文化建设，协助企业改善员工生产生活条件，做好困难员工帮扶工作，为员工办实事、做好事、解难事。

为向广大职工提供“普惠、多样、精准”的健康服务保障，2025年公司工会对住院治疗的在职员工、因公受伤的员工、家庭困难的员工提供相应的慰问金和补助金共计41,300元，尽微薄之力，切实纾解员工困境。

2025年，公司工会组织春节送福米、春节慰问、闹元宵、端午送粽子、中秋慰问等各类节日活动，组织员工参加日常急救救护专题培训；公司工会开展各厂区劳动技能大赛，提高员工职业技能，组织参加羽毛球赛、篮球赛、足球赛、趣味徒步、快乐跑团、夏日送清凉、观看爱国主题教育电影等活动，丰富员工业余生活，提升员工身体素质。

十一、未来展望

2026年，企业在面临全球经济分化、国际经济转型及行业结构调整的大背景下，行业处于存量主导、智能升级、内外承压的转型关键期，机遇和挑战并存。全球经济韧性增强为行业提供外部支撑，国内经济稳中求进创造内需空间，而存量房改造与新兴市场拓展成为行业增长的核心引擎。同时，面对房地产调整周期、贸易壁垒、成本上涨、竞争加剧等挑战，行业需通过产品创新、市场多元化和绿色转型构建核心竞争力，实现高质量发展，把握新机遇。

展望2026年，复杂多变的国内外态势并未改观。外销市场将持续受国际贸易保护主义升级、地缘政治紧张、欧盟碳关税试点扩大带来的众多不确定因素影响，出口成本增加，市场份额面临挤压，自主品牌国际溢价能力有待提升；而国际品牌通过持续竞价进一步加剧了市场竞争，其凭借品牌影响力和技术优势压低价格，对国内企业的市场份额和利润空间形成额外冲击，中高端市场的竞争更趋激烈。国内市场方面，2026年作为“十五五”规划开局之年经济结构将持续优化，科技创新、绿色转型、民生保障等政策导向，促进消费升级，政策与消费双轮驱动市场发展。面对国内行业结构化调整与国际竞争持续加剧的双重挑战，公司仍将通过内外销双循环战略重构增长逻辑，内销业务以政策为导向、创新为动力，在国内精耕存量价值，在海外突破技术壁垒，通过产品创新升级、市场多元化、绿色转型以及全球化布局构建核心竞争力实现可持续增长，不断在政策红利、技术升级与市场需求变化中寻找新的增长点。

2026年，公司坚定实施外销及内需市场并重的双循环发展战略。在制造服务布局方面，在稳固国内制造服务基地运营效能的基础上，充分发挥越南大同奈、巴顿两个制造服务基地

的协同作用，精准响应核心品牌客户中国+1 供应链分散要求，有效保障外销订单的稳定性和持续性。其中，控股子公司大同奈在原有 Taicera 瓷砖知名品牌运营基础上，逐步拓展厨卫产品品类，依托越南境内七个分公司的销售网络实现市场渗透和份额扩增。在内需市场拓展方面，公司采取 CHINA-ASEAN 布局，将中国+东盟十国以共同市场+共同供应链来发展，形成市场与供应链的双向协同发展格局。公司内销业务将继续严控风险，增效降本，确保经营质量稳健。同时，公司将以『流程化 标准化 制度化』的核心经营方针，持续制造产能优化与资源配置，深挖供应链优势资源，构建更具有韧性的产业体系；持续推进智能化、信息化，强化精简组织、精实人员、精益生产，提高人效水平；通过推动流程化、标准化、制度化，提升治理水平、防范经营风险，确保公司运营的稳定性和连续性；加强预算管理，严格管控财务杠杆，稳步降低资产负债率，聚焦 ROE 的有效增长，确保主业经营的稳健性与可持续性。在此基础上，公司将积极推进战略转型，探索并布局第二增长曲线，力求在行业价值重构中实现稳健发展。

广州海鸥住宅工业股份有限公司

2026 年 4 月 21 日