



■北新建材2025年营收与净利润双双下滑。

管理接任董事长后的第一个完整财年,北新建材交出了一份低于市场预期的成绩单。该公司2025年财报显示,营收与净利润双双下滑,营业收入252.8亿元,同比下降2.09%;归母净利润29.06亿元,同比降幅达20.31%。

作为石膏板行业的龙头企业,北新建材近年来围绕“一体两翼”战略,通过收购持续拓展防水与涂料业务。而其核心石膏板业务的盈利正承压,而被寄予厚望的“两翼”——防水与涂料业务虽实现增长,但整体未能对冲主营业务的疲软。尤其值得关注的是,该公司于2023年底以40.74亿元收购的嘉宝莉,未能完成2024至2025年度的业绩承诺,为后续整合成效增添了隐忧。

■新快报记者 梁茹欣 文/图

营收与净利润双双下滑,嘉宝莉业绩承诺落空

新董事长上任首年 北新建材业绩承压

1 董事长一年一换,核心业务量利齐跌

3月26日,北新建材发布2025年年报。数据显示,该公司全年实现营业收入252.8亿元,同比下降2.09%;归母净利润29.06亿元,同比下降20.31%;扣非后归母净利润27.8亿元,同比下降21.86%。这一业绩明显低于市场预期,此前多家机构对其2025年净利润的普遍预测值超过32亿元。

业绩走低的背后,是管理层的大幅更迭。2025年1月,北新建材发布公告称,董事长薛忠民、副董事长贾同春、副总经理兼财务负责人王帅辞职;副总经理郝晓冬因达到法定退休年龄退休。与此同时,该公司迅速完成新一轮人事布局,选举管理为董事长,提名白彦为非独立董事候选人,聘任王佳传为财务负责人。

值得一提的是,近年来北新建材的高管变动颇为频繁,涉及的职务包括董事

长、副董事长、独立董事、副总经理、财务总监等。“铁打的公司,流水的高管”成为该公司近年的真实写照。

其中,董事长一职几乎是“一年一换”。2022年4月,王兵因工作调整辞去董事长职务,由尹自波接任;2023年11月,尹自波同样因工作变动辞职,次月薛忠民获选为新任董事长;而到2025年1月薛忠民离任时,其在任时间也仅刚满一年。

年报显示,新任董事长管理为公司老将,其自2022年3月至今任北新建材董事;自2022年2月至今任该公司总经理,2015年12月至2022年2月担任副总经理。

频繁人事变动之下,北新建材核心主业正面临量利齐跌的困境。其中石膏板业务,2025年实现营业收入119.63亿元,同比下降8.73%;毛利率为36.9%,同比下

滑1.61%。同期,该公司另一大核心产品龙骨的营业收入同比下降13.74%,毛利率同比下降2.78%。

主业承压,绝非偶然。从外部环境看,行业需求出现下滑。根据中国建筑材料联合会石膏建材分会的研究和数据统计,截至2025年末,全国纸面石膏板行业产能约60.5亿 m^2 ;销量约30.66亿 m^2 ,较2024年下降约2.7%。

在最新发布的投资者关系活动记录表中,北新建材谈到石膏板业务2026年盈利能力提升举措时表示,将坚持“价本利”与“量本利”动态平衡,深化成本管控等。新快报记者注意到,为应对成本压力,今年以来北新建材已两次上调石膏板产品价格,但提价能否对冲下滑,仍有待市场检验。

一周资讯

喜临门及其实控人被立案调查

4月1日,喜临门发布公告称,该公司被证监会立案调查、实际控制人被证监会立案调查、控股股东及其一致行动人的股份被司法冻结。上市公司喜临门及其子公司作为原告,将控股股东及其一致行动人告上法庭,索赔近4.8亿元。

群核科技通过港交所聆讯

3月29日晚,据港交所披露,空间智能独角兽公司Manycore Tech Inc.(群核科技)更新聆讯后资料集,标志着该公司已顺利通过港交所上市聆讯,港股IPO(首次公开募股)进程迈入冲刺阶段。

居然智家:去年净利润亏损近10亿元

居然智家近日发布业绩快报,2025年度营业总收入113.48亿元,同比下降12.48%;归母净利润亏损9.99亿元,上年同期净利润为7.69亿元。2025年度,受房地产市场持续调整、家装家居消费需求趋于谨慎以及消费结构分化等因素影响,行业整体呈现总量收缩、结构调整的态势。

(梁茹欣 据公开信息整理)



扫码了解更多“极智家”资讯

2 “两翼”难“起飞”,收购业绩未能达标

近年来,北新建材围绕“一体两翼、全球布局”战略发力,试图突破增长困局。除了作为“一体”的石膏板业务是公司数十年的基本盘,“两翼”的产业布局基本上通过收购来完成。比如,该公司相继收购禹王防水等企业,推动防水业务占比不断提升。2023年底,北新建材又以40.74亿元现金收购嘉宝莉78.34%股权,进一步加码涂料业务。该公司表示,2025年通过内生发展和外延并购推动“两翼”业务收入占比超过35%,已经打开第二增长曲线。

然而,收入占比的提升,尚难对冲部分业务下滑的影响。从财务数据来看,2025年北新建材防水卷材产品实现营业收入33.14亿元,同比下降0.24%,占营业收入比重13.11%;防水工程实现营业收入

3.89亿元,同比下降5.51%,占比1.54%。相比之下,涂料业务实现营业收入50.93亿元,同比增长22.99%,占比20.15%。

需要注意的是,虽然涂料业务增速亮眼,但主要得益于2023年收购嘉宝莉后的并表因素,整合初期相关投入与摊销对当期利润贡献有限。而从业绩兑现情况来看,收购标的的实际表现不及预期。报告披露,嘉宝莉原股东承诺2024年至2025年累计税后净利润不低于8.75亿元。但实际完成金额为7.41亿元,完成率仅为84.7%。由于业绩承诺未达标,北新建材将按协议从应付给原始股东的股权转让价款中直接扣留5654.63万元作为补偿金。

另外,北新建材还长期存在产能利用

率偏低问题。年报披露,该公司石膏板产能36.63亿 m^2 ,石膏板折标后产能利用率60.36%,轻钢龙骨产能49.13万吨,产能利用率71.59%。防水卷材产能4.85亿 m^2 ,防水卷材产能利用率53.17%,防水涂料产能142.84万吨,产能利用率59.92%。涂料产能151.42万吨,产能利用率56.52%。

为提高产能,北新建材持续加码投资,多个项目累计实际投入已超5亿元,包括北新防水(安徽)有限公司年产1.3亿 m^2 防水卷材、11万吨防水涂料和10万吨防水砂浆生产线项目,泰山石膏有限公司年产2000万 m^2 石膏纤维板生产线项目,以及宁波北新建材有限公司年产8000万 m^2 纸面石膏板及2万吨轻钢龙骨生产线项目等,截至目前,上述项目均未产生收益。

3 股权激励折戟,高分红的背面是增长失速

在加快防水、涂料业务布局的同时,北新建材也开始涉足国际市场。该公司在投资者关系会上透露,目前已初步进入坦桑尼亚、乌兹别克斯坦和泰国市场,计划以“以点带面”的方式逐步深入布局东南亚、中亚、非洲、欧洲及地中海周边等关键区域。

2025年,境外销售同比增长47.3%,但这一高速增长建立在较小的基数之上,全年销售额仅6.15亿元。相比之下,北新建材业务重心仍集中于国内市场,境内销售额达246.66亿元。从区域表现看,国内销售整体承压,北方、南方、西部地区同比增速

分别为-7.82%、0.71%和-4.06%。

在业绩承压的背景下,北新建材依然维持了较高的分红力度。根据2025年度利润分配预案,该公司拟按每10股派发现金红利6.85元(含税),合计分配利润约11.66亿元,现金分红金额占当年归属于上市公司股东净利润的比例提升至40.12%。上市以来,该公司累计现金分红已达95.09亿元。

在分红比例显著提升的同时,旨在激励管理层实现增长的限制性股票激励计划却未能完成首年业绩目标。2025年6月,北新建材发布限制性股票

激励计划公告,激励对象包括董事、高管及核心骨干等,业绩考核期为2025年至2027年。其中,2025年需满足以下要求:扣非净利润复合增长率不低于14.22%、扣非净资产收益率不低于16.5%、经济增加值改善值(Δ EVA)大于0。对照公司2025年实际业绩,上述目标未能达成。

短期内,高分红可以给股东提供现金回报,但长期来看,如何平衡股东回报与内生增长之间的资源分配,或也影响着北新建材能否在主业价值修复与新业务盈利跨越中走出下一步。