

德尔国际家居股份有限公司调研来访接待登记表

接待时间	2012. 7. 12	接待地点	公司会议室
来访人员姓名、工作单位、职务	兴业全球基金管理有限公司研究员周潇潇、华宝兴业基金管理有限公司研究员陈晟；招商证券研究发展中心研究员濮冬燕		
参与接待人员姓名、职务	董事会秘书姚红鹏；证券事务代表栾承连		
来访事由	调研		
<p>谈论的内容及提供的资料等：</p> <p>1、行业情况</p> <p>地板与家电、家纺行业类似，属于大家居，经济周期对这些行业产生影响不同，集中度高的影响可能有限，增长快的行业影响可能较小，地板行业由行业初级阶段转向中级阶段，受经济周期影响相对较大。</p> <p>现地板产业分化趋势加大，小企业经济相对困难，大企业由于品牌、渠道优势，竞争优势明显，影响相对较小；出口行业受影响较大，比如以出口为主的常州，由于人民币升值、产品同质化等因素，影响较大。</p> <p>2、目前公司一级经销商数量有多少？专卖店数量有多少？</p> <p>目前公司全国约有 100 多家经销商，专卖店 1600 家左右，今年预计新开店大约 300 家左右，未来预计全国专卖店数量达到 3000~3500 家比较合理。</p> <p>3、公司与开发商合作情况？</p> <p>公司现已与全国大型房地产开发企业如万科、保利、恒大、碧桂园、万达等开展了合作，工程业务是公司今后大力发展的业务，公司投入了大量资源，单独设立业务部门，做了大量工作，以前因产能及资金实力的限制，工程业务未完全开展。</p> <p>公司与经销商是款到发货，没有应收款，公司与工程客户有部分应收款，工程客户的结算模式一般是先收一部分预付款、地板到达工地后再结算一部分货款，在地板安装完毕验收合格后再结算一部分货款，只要手续齐全，工程客户均能按时付款。</p> <p>公司与保利、恒大是首次合作，与万科合作时间比较长，公司供应万科强化复合地板，今年量比较大；公司供应恒大实木复合地板，公司只供应地板，不负责安装，只需将地板运到工地即可。</p> <p>4、主营产品价格情况？产品提价情况？</p> <p>强化复合地板出厂均价约为 50 多元/平方米，实木复合地板出厂均价约为 160 元/平方左右，强化复合地板市场零售价格大约是出厂价的 2 倍左右；实木复合地板市场零销价格大约是出厂价的 1.5 倍左右。</p> <p>5、新产品情况</p> <p>无甲醛实木复合地板是公司实木类地板主推产品，也是公司将来重要的利润增长点，新产品推广是个系统工程，需要一个过程，公司前期花了大量时间做产品推广方案，做了充分的准备工作。</p> <p>该产品具有：环保，零甲醛；结构独特，稳定，抗变形；可用于特殊地热环境等特点。该产品基材是结构指接板材，它以指接木条为主体，用竹材将其分割，然后用指接板工艺拼接成所需规格板材，拼接完成后沿板宽度方向在上下锯铣出对应的槽，再将竹材涂胶后嵌入槽内，热压转化成指接板材，该基材板提高了木材利用率，用胶为植物大豆胶，不含甲醛，公司申请了专利技术。</p> <p>价格预计在现有实木复合地板价格上有所提高，成本与现有实木复合地板相差不是太大，毛利率比较高。</p>			

6、公司与圣象比较有那些优势？

设计优势；价格优势；环保优势。

7、产业链情况

我们的上游做密度板的有中福实业、丰林集团、威华股份，做纸的有齐峰股份(主要产品有素色装饰原纸、可印刷装饰原纸、表层耐磨原纸、平衡原纸、壁纸)、帝龙新材；做板材的有兔宝宝；同行业的上市公司有大亚科技（有地板业务、有密度板，还有其他一些产业）、升达林业、科冕木业，类似行业的有索菲亚（主营为定制衣柜，行业龙头，竞争力比较强，行业处于快速增长，类似几年前的地板行业）、美克股份（主营为家具，在全国开设直营店，外销转内销相对比较成功）、宜华木业。

现有木地板生产企业主要有两个派，一个是实木派，主要有安信和大自然，另一个是强化派，主要有圣象、德尔和菲林格尔。

8、订单情况怎么样？

公司订单正常，一季度因为春节因素，订单量有所下降。公司生产主要按照经销商下的订单量安排生产，因为是买断式，所以经销商下订单都是根据市场需求，理性思考后决定的，存货积压情况可能性较低。

9、地板甲醛来源？

地板甲醛主要来源于两方面：一是大自然里存在的甲醛；二是在地板生产过程中所使用的胶粘剂产生的甲醛。

10、募投项目情况

东北项目建设进度较快，下半年将有部分产能投产，四川项目进度稍慢；公司密度板募投项目生产的密度板全部自产自销，作为地板的配套项目；募投项目投产后将节省大量运输费用，将大大节约原材料运输成本；地板质量重，体积较大，募投项目建成投产后，地板运输费用将大大减少，提高资金利用率和资金周转率，市场价格不变情况下，将会增加公司利润；中纤板属于资源综合利用产品，按国家税收优惠政策，享受增值税即征即退。

11、公司将来的发展规划？

德国柯诺是世界著名的地板制造商，其年产量几亿平方米，规模非常大，毛利率在 20%左右，另一个德国企业则是另一类经营模式，从事高附加值产品，毛利率高达百分之五六十，公司将来的发展方向将是做后一类企业，做高附加值产品，公司在这方面已经做了大量工作，正在做一些内部调整；将来在合适的时候会做一些产业并购整合，主要在家居关联产业，比如木门、衣柜等。