

证券代码：002678

证券简称：珠江钢琴

广州珠江钢琴集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2013-003

<b>投资者关系活动类别</b>	<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（请文字说明其他活动内容）
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	益民基金管理有限公司 苏晨 中信证券 揭力 中金公司 于奔 海通证券 徐琳 银华基金 王浩 东兴证券 孙玉姣、王玉泉 兴业证券 王婉婷 银河证券 冯泽旭 申银万国 谈焯 国电资本控股 孙斯逸 华商基金 孙琪 民生证券 刘静 金石镕投资公司 崔墨男 安信证券 张妮
<b>时间</b>	2013年3月20日14时—17时30分
<b>地点</b>	北京珠江钢琴制造有限公司
<b>上市公司接待人员姓名</b>	董事长施少斌先生 副总经理兼财务负责人麦燕玉女士 副总经理张朝岩先生 董事会秘书杨伟华先生

	<p>规划运营部钟安平先生 证券事务代表谭婵女士</p>
<p>投资者关系活动 主要内容介绍</p>	<p>一、参观北京珠江钢琴公司总装配生产车间、产品展示厅、音乐厅、研发中心及营销中心等厂区。</p> <p>二、以访谈形式了解公司发展现状及未来展望等内容。</p> <p><b>1、中国市场对钢琴的需求空间还有多大？</b></p> <p>回答：中国钢琴市场仍保持良好的增长态势，2012 年，虽然国家宏观经济波动，但从国内消费的钢琴数量统计口径来看，行业增速仍保持在 10%左右。随着今后音乐文化的进一步普及，钢琴市场仍有巨大的市场空间。</p> <p>2010 年中国城镇居民家庭每百户钢琴拥有量为 2.62 架，与市场成熟的日本每百户家庭拥有钢琴量达到了二十余架对比还有相当大的差距，国内钢琴消费市场仍有很大的发展空间。</p> <p><b>2、近年来贵公司产品市场占有率提升十分迅猛，公司未来的市场占有率目标能否突破 40%，如果要达到 40%是否有难度？</b></p> <p>回答：目标不单纯是一个数据，主要还要看行业发展、市场环境、政治环境。</p> <p>十八大提出，将文化产业成为国民经济支柱性产业；文化部“十二五”时期文化产业倍增计划，提出“十二五”期间，文化部门管理的文化产业增加值年平均现价增长速度高于 20%，2015 年比 2010 年至少翻一番，实现倍增。另外，广东省文化产业振兴规划（2011—2015 年）提出的发展目标是，“十二五”期间，全省文化产业增加值力争实现年均增长 12%以上，到 2015 年占全省 GDP 的比重达到 6.5%以上；文化服务业增加值达到 2200 亿元，占文化产业增加值的比重超过 45%，成为支柱产业。这些都是 2012 年非常重要的促进行业发展的政策。我们相信这个行业会越来越好。</p> <p>珠江钢琴今后将通过技术创新、品牌提升、产品升级换代，</p>

进一步细分市场、不断满足市场需求进一步做强做大，继续致力于巩固中国乐器行业龙头地位并保持市场占有率稳步增长。同时，我们要带动促进乐器行业的发展，注重做大整个市场。

### **3、2012年中国钢琴市场钢琴进口大于出口，这种情况如何理解？**

回答：随着国家经济的发展和消费结构的升级，近年来中国成为全球最活跃的钢琴市场，因此形成了中国钢琴市场钢琴进口大于出口的局面。

### **4、艺术中心的运作模式如何？**

回答：珠江钢琴艺术中心运作模式日益成熟，学员人数快速增长，营业收入稳步增长，为音乐文化业务和高端乐器制造业联动发展奠定基础。

目前艺术中心运作主要通过以下三种方式：

（1）培训跟销售结合：针对客户实施配套的培训优惠政策，双向刺激消费；

（2）培训跟活动结合：艺术中心长期举办全国钢琴比赛、提供产品赞助文化艺术活动，目前在业界已经拥有较高的影响力。同时，艺术活动效应对公司的产品销售和培训业务起到了巨大的带动作用；

（3）培训多元化及持续性：艺术中心拥有丰富的师资，开设了钢琴培训、数码乐器培训等多种乐器培训，还开设了舞蹈、歌唱、瑜伽等多项课程。

### **5、如果经销商培训已经做得很好，公司如何找到与经销商开展培训合作的切入点？**

回答：首先是品牌，珠江钢琴的品牌给经销商信心。其次，公司在人财物等各方面都具备一定的优势。如资金、教材都可以提供支持，与经销商风险共担利益共享，教育与产品销售、体验相结合。再者，我们拥有强大的平台吸引其他资源，能最大程度发挥文化产业资源。比如，线上教育与线下销售产品相

结合，把数码钢琴作为个人钢琴教育的窗口，发展网络教育模式，购琴者可以获得在线学习课程。

#### **6、公司如何规划今年音乐文化业务的发展？**

回答：音乐文化业务方面，公司加速市场布局，将公司艺术中心成功运作模式逐步向全国延伸；同时通过投资文化传播公司，进一步加速钢琴及音乐比赛、钢琴及音乐演出、钢琴音乐文化创意设计等文化服务业发展，以钢琴及数码乐器业务带动培育音乐文化业务、以音乐文化业务促进钢琴及数码乐器市场培育和公司品牌提升，加速从制造业向复合产业结构的转变。

#### **7、公司近期披露成立了一家音乐制品有限公司，负责销售钢琴、管乐等其他乐器，据了解，贵公司主要是制造钢琴，其他乐器来源并不是自身制造的，如何在市场上形成竞争力？通过什么渠道来销售这些乐器？**

回答：珠江钢琴企业未来会产业多元化，乐器种类不能只做钢琴，我们还有数码乐器、管乐民乐等。我们将利用珠江钢琴品牌和营销网络、教育推广模式来实现销售，以委外加工的方式来生产其他乐器。这个模式成功的关键在于建立规划好公司的整个品牌体系。比如宝洁公司，它通过子品牌在各个领域的细分，成立独立公司独立运作，旗下众多品牌均能运行成功。

我们的管乐、民乐等其他乐器均将通过钢琴经销商来销售。

#### **8、数码钢琴是否尚处于培育期？**

回答：数码钢琴业务去年发展迅速，2012年销售0.94万架，同比增长81.57%，产业延伸取得初步成效，销售规模快速增长，“艾茉森”品牌价值和市场影响力逐步形成。

公司通过控股子公司广州艾茉森电子有限公司与国际顶尖数码乐器制造商意大利威斯康公司达成战略合作协议，合作开拓国内高端数码钢琴市场，通过吸收整合国际技术资源逐步掌握核心自主知识产权，形成具有国际影响力的数码乐器自主品

牌体系。

(1) 经过数年的发展，艾莱森公司已形成良好的技术基础和技术团队，并和意大利威斯康（VISCOUNT）国际乐器公司技术合作，开发出 22 款具有良好品质的数码乐器产品，并拥有 11 项核心技术专利；同时为进一步提升数码乐器技术水平，公司拟同步建设数码乐器研究院，聚集国际高端数码乐器人才，聚焦于高档数码钢琴整琴及其他数码乐器、软件、音源、键盘等关键零部件的研发，特别是在未来数码乐器和互联网应用和结合的方面进行重点研发，全面实现数码乐器的技术领先。

(2) 品牌及渠道：艾莱森牌数码钢琴在市场已形成一定的规模，2012 年数码钢琴销售 0.94 万架，同比增长 81.57%，下一步将加大珠江钢琴品牌影响力和经销商渠道的资源整合，扩大数码钢琴的品牌和渠道优势。

(3) 人才条件：艾莱森公司数年发展，已形成了一批技术、管理骨干，同时珠江钢琴多学科的技术管理人才也可以在内部不同产业共享，同时公司今后还将继续加大人才引进和培养力度，确保项目顺利实施。

### **9、数码钢琴去年增速快，但基数小，本次扩张产能，市场是否能够及时消化？**

回答：据不完全统计，全球数码钢琴年销约 100 万架，雅马哈、罗兰、卡瓦伊、卡西欧是主要生产商，产品主要行销欧美市场、日本、韩国和其它一些新兴国家地区；国内数码钢琴产量约 80 多万架，国内市场年销数码钢琴 20 多万架，且呈快速发展的趋势。根据 2010 年全球乐器与音响制品 225 强榜单资料显示，仅数码乐器制造商罗兰公司（Roland）一家企业的营业收入就高达 10.20 亿美元。

本次投资规划产能为数码钢琴 6 万架，其他数码乐器 4.3 万多，占市场总量比例不高，凭借珠江钢琴品牌影响力、技术实力、渠道能力可迅速实现产品的市场化，2012 年公司数码

钢琴销售 0.94 万架，同比增长 81.57%，保持了强劲的增长态势。

#### 10、数码钢琴发展速度很快，是否会影响到传统钢琴市场？

回答：不会影响。

首先，传统钢琴跟数码钢琴发音的原理不一样，传统钢琴是共鸣发音，而数码钢琴是芯片音源再集成发音。

其次，传统钢琴传播的是高雅文化，而数码钢琴传播的主要是潮流、流行的文化。在消费群体的对象上有很大差异的。传统钢琴的主要消费群体是少年儿童，而数码钢琴的主要消费群体是青年学生。数码钢琴可以加大消费者对钢琴音乐等方面的认识，可以让更多人加大对钢琴知识的普及。

再者，中国人均钢琴拥有量很低，市场需求非常广阔。

因此，数码钢琴对传统钢琴是互补的发展，是对传统钢琴有力的补充，不会对传统钢琴市场产生冲击。

#### 11、八斗米广告有限公司的业务如何跟公司如何结合？

回答：八斗米广告有限公司是一家集影视广告、活动策划、媒体代理、平面设计、户外大型广告制作等为一体的专业传播机构。

珠江钢琴收购八斗米广告有限公司的业务构想是：围绕钢琴业务模块，发展跟音乐文化相关的业务。比如：针对钢琴产品的特点，开展设计业务，制作音像制品，发展音乐创意礼品；推动网络文化及创意平台发展；承办品牌展览会，发展会展经济；策划品牌活动，经营音乐文化演出票务。公司计划通过对八斗米广告公司增资、收购部分股权实现对其的控股，并让核心团队持有一定股权，保持核心团队的凝聚力。

#### 12、北京珠江钢琴公司设计产能是 1.2 万架钢琴，而 2012 年已经销售了 1.02 万架钢琴，发展速度较快，明年还会有扩张计划吗？京珠钢琴的利润率将来会有提高吗？

回答：公司将对产品生产线进行技术工艺优化，产能还有

	进一步提升的空间。达产后持续优化产品结构，产品利润率也将不断提高，以后将与母公司毛利率水平基本保持一致。
附件清单(如有)	无
日期	2013年3月20日