

证券代码：弘亚数控

证券简称：002833

广州弘亚数控机械股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：20170505

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 type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	投资者（见附表）
时间	2017年5月4日 16:00—18:00 2017年5月5日 14:00—16:00
地点	广州市黄埔区云埔工业区云开路3号公司会议室
上市公司接待人员姓名	莫晨晓、许丽君、颜复海、周旭明
投资者关系活动主要内容介绍	<p>调研人员观看了公司宣传资料后，公司接待人员向调研人员介绍了公司主营业务和产品，并就公司主营业务、经营模式、行业前景等情况与调研人员进行了深入交流。主要内容如下：</p> <p>问题1：公司产品与国内外同类产品相比，价格定位孰高孰低？</p> <p>答：公司产品平均售价比国内同类型产品高，但低于欧洲进口产品。产品售价比国内同类产品高的原因主要是公司根据产品的整机设计、机械构件、加工效率、功能的可靠性和稳定性并结合市场情况决定的。</p>

问题 2：公司的客户对高端产品的需求大不大？

答：公司提供多系列数控板式家具机械设备和成套自动化生产线解决方案，公司主要产品封边机的销售额占总销售额的 50%以上，为多数下游板式家具生产厂家的必要生产设备，同时，公司也不断升级丰富包括封边机、裁板锯、加工中心等设备的高端系列，随着产品市场需求规模的扩大，公司封边机、裁板锯、加工中心等主要产品销售额均有所增长。

问题 3：公司是出于何种考量设立“迪码”品牌的？

迪码品牌为公司第二品牌，其市场定位主要面向于中端市场，强调性价比，有助于提高公司产品的市场覆盖率。

问题 4：目前公司跟国际巨头的差距在什么地方？

与国际巨头相比，差距主要在高端、高速、大型连线的柔性加工设备和整体解决方案，其整体解决方案的柔性化、智能化程度非常高，国内厂家在此方面仍然有所差距。同时，公司在国外市场开拓和布局方面与国际巨头相比，仍然有较大空间需要提升。

问题 5：公司的存货相对较低的主要原因是什么？

答：板式家具机械设备行业主流的市场销售为经销商分销模式，公司产品销售亦采用经销为主、直销为辅的销售模式。公司生产是采取“订单生产与计划生产相结合并保持合理库存”的生产模式：（1）订单生产针对所有无足够备货的产品，包括常规通用机型和非常规机型，订单生产模式下，销售部在收到订单后提交生产部安排生产计划；（2）计划生产主要针对常规机型，2013 年公司新厂区启用后，针对需求较大的常规通用机型，公司根据订单预期编制生产计划、组织生产，保持常规机型的合理库存并动态调整，一般情况下，

	<p>常规机型从下达生产订单到产成品入库的生产周期为 7-15 天。因此，公司存货占比相对较低且维持较为合理水平。</p> <p>问题 7：公司的销售模式主要是以经销为主，那经销商如何确定产品售价的？</p> <p>答：公司会向经销商给出各类型产品的指导价，经销商依据市场情况决定最终售价。</p> <p>问题 8：公司产品的质保期有多长时间，产品售后的维护保养是否产生收入？</p> <p>答：公司所售产品的非易损件质保期为正常使用后 14 个月，自发货之日起算；易损件不实行三包。质保期满后，零部件的更换维修确认为收入。</p> <p>问题 9：公司产品的使用寿命？客户采购频率？</p> <p>答：公司产品使用年限一般为 5-8 年。由于公司销售的板式家具机械具有单件价值大、使用年限长的特点，单个家具企业的设备采购频率不高，不存在对单一客户存在重大依赖的情况。</p>
附件清单（如有）	
日期	2017 年 5 月 5 日 星期五

附表：

序号	单位	名称
1	汇添富基金	马翔
2	汇添富基金	翁强
3	汇添富基金	董超
4	中欧基金	汤洁
5	建信基金	黄子凌
6	鹏华基金	柳黎
7	融通基金	任涛
8	银河证券	贺泽安
9	中信证券	杨荣刚
10	中信证券	刘海博
11	中信证券	李睿鹏
12	中信证券	卢锦培
13	中信证券	黄华
14	东吴证券	倪正洋
15	之上资本	刘杰
16	之上资本	杨静远