

# 帝欧家居股份有限公司

## 投资者关系活动记录表

编号：2021-002

<b>投资者活动类别</b>	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" 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_____
<b>公司接待成员名单</b>	帝欧家居副总裁、欧神诺总裁丁同文；证券事务主管庞云聪
<b>接待时间</b>	2021年3月31日、4月1日
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	申万宏源证券、方正证券、天风证券、沃珑港资管、东海基金、东海资管、中兴威资管、中天国富证券、中欧瑞博、中金基金、中银国际、九泰基金、华夏基金、合众易晟资管、嘉实基金、四川巨星、国泰基金、大家资产、天虫资本、太平资产、工银安盛、恒大人寿、招商证券、昶钰投资、永安财险、汇添富、海通证券、展博投资、源乘投资、融通基金、财通资管、银华基金、银湖资产、鹏华基金、中银国际、广发资管、华润元大基金、中天国富、人寿养老保险、人保资管、中车金证投资、兴业银行资管、新华养老保险、富喜投资、喜世润投资、途灵资管、明湖资管、前海联合基金、神通能源、民生加银基金、君和资本、江信基金、建信基金、火眼投资、汇安基金、华能贵诚信托、东盈投资、东吴证券自营、Rays Capital  (以上不分先后)

<p style="text-align: center;"><b>投资者关系活动主要内容介绍</b></p>	<p><b>1、请先简单总结去年整体经营情况</b></p> <p>回答：在 2020 年度上半年受疫情的影响，市场需求受到了很大程度的压制，而公司在确保员工安全、健康的前提下，积极有序地恢复公司各项生产经营活动，使得公司在上半年实现收入同比增长 8.27%，扣非后归母净利润增长 20.11% 的成绩。</p> <p>下半年受权重客户订单波动影响，盈利产生波动，经公司努力，其中收入同比增速从第三季度的-21.31%修复至四季度的 13.76%，归母净利润同比增速从第三季度的-20.49%修复至四季度的 15.33%，业绩实现了反转。</p> <p>公司全年收入、业绩都实现转正，营业收入 56.37 亿元，同比去年同期增长 1.20%，归母净利润 5.66 亿元，同比去年同期增长 0.10%，扣非后归母净利润 4.98 亿元，同比去年同期增长 0.90%。</p> <p>分业务板块来看，2020 年欧神诺实现收入 50.22 亿元，同比增长 0.33%；实现净利润 5.34 亿元，同比增长 5.89%；瓷砖报表毛利率下滑主要是因为运输费用核算口径调整，2020 年按去年同口径计算的毛利率为 36.99%，同比增长 0.79 个百分点。2020 年卫浴业务实现营收 5.08 亿元，同比增长 13.42%。</p> <p><b>2、瓷砖毛利率下滑的主要原因？</b></p> <p>回答：公司根据新收入准则，将与合同相关的运输费用计入成本，导致报表体现上毛利率有所下滑；如果按去年同口径计算毛利率为 36.99%，同比增长 0.79 个百分点。公司得益于销售份额增长、客户结构优化、新建产能单位边际成本下降、供应链全国化布局进一步完善等原因，规模效应得到不断提升。</p> <p><b>3、公司在 2020 年的战略成效如何？</b></p> <p>回答：2020 年，虽然公司全年收入和利润仅实现了小幅正增长，但瑕不掩瑜。增长不快背后的原因是公司权重客户的订</p>
---	--

单下滑，若剔除这个因素，无论存量客户、大 B 新客户，还是经销渠道，在疫情冲击下仍然能保持高速增长。这意味着公司无论是大 B 新客户战略还是小 B 战略都在取得积极的效果。

#### **4、如何看待小 B 市场和小 B 业务？**

回答：我们认为长期来看，行业龙头公司必须要在小 B 市场占据一席之地。但过去，行业里的公司没有针对这个市场专门的去制订战略，基本完全依赖经销商去开拓经营，这样导致很多机会被中小型企业给占据。目前，公司已规划全面赋能发展小 B，将大 B 业务中积淀的成本优势、服务优势和供应链优势全面赋能经销商，开拓小 B 市场。

#### **5、公司在小 B 业务的战略布局优势？**

回答：公司在小 B 业务与行业其他企业的区别主要在以下几个方面：①公司规避了传统经销商的层级，采用扁平化管理，包括新招引大量的工程代理商，缩短中间反应链条、提高传递效率、提升终端竞争力；②加大力度发展工程代理商，提高对后来者的进入门槛；③小 B 工程的天然属性对整个中后台的服务响应能力提出很高要求，公司多年以来在大客户的经验为这一部分储备了宝贵的经验，有能力去更好地满足小 B 市场的诉求。

#### **6、大客户的经验优势如何赋能小 B 业务？**

回答：在大客户的直销模式下，供应链品质、服务、商务等均作为中后台，公司以扁平化方式直接与客户对接。小 B 模式下，客户对产品供应、服务等要求和大客户类似，所以公司将中后台直接推向前端，和经销商共同对接客户，通过扁平化提升转化效率。

	<p><b>7、公司如何应对部分新客户采用履约保证金这种形式？</b></p> <p>回答：公司不避讳履约保证金这种合作模式，但公司更希望能通过长期合作的来体现公司的产品价值与服务价值，最终与客户形成良性合作。</p> <p>以上内容未涉及内幕信息。</p>
<b>日期</b>	2021年4月1日