

证券代码： 003012

证券简称： 东鹏控股

## 广东东鹏控股股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

编号： 2021-04

<b>投资者关系 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 checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>（线上电话交流）</u>
<b>参与单位名称 及人员</b>	1、通过全景网路演平台参加东鹏控股 2020 年度网上业绩说明会的投资者。2、远程线上交流：中金公司、国泰君安证券、长江证券、申万宏源证券、天风证券、西南证券、华西证券、海通证券、中泰证券、东方证券、安信证券、浙商证券、东北证券、德邦证券、国盛证券、长城证券、开源证券、中信建投证券、招商基金、易方达基金、汇添富基金、南方基金、嘉实基金、工银瑞信基金、博时基金、国寿安保基金、天弘基金、国泰基金、融通基金、群益基金、长盛基金、中银基金、上投摩根基金管理有限公司、淳厚基金、盘京投资、重阳投资管理有限公司、中信建投证券、中国人寿资产管理有限公司、上海朝阳投资、璞石资本、鹏扬基金、暖流资产、景顺投资、汇华理财有限公司、海通国际证券、海岸线投资、赤兔投资、富达投资、福建豪山资产、才华资本、博裕资本、北大方正人寿保险有限公司、Point72 资产管理公司、Comgest 投资、申港证券、上海东方证券资产管理有限公司、三井住友德思资产管理、睿郡资产、林孚资产、汉和资本、顶天投资、青骊投资等。
<b>时间</b>	2021 年 4 月 28 日 15:00-17:00
<b>地点</b>	东鹏控股总部大楼 25 楼会议室、全景网路演平台（网络远程

	方式)、远程线上交流。															
上市公司 接待人员姓名	公司董事长兼总裁何新明, 董事、副总裁、财务总监包建永, 独立董事许辉, 副总裁兼董秘黄征, 保荐代表人章志皓															
投资者关系活动 主要内容介绍	<p>公司于 2021 年 4 月 28 日(星期三)下午 15 点至 17 点举行 2020 年度网上业绩说明会和远程线上交流活动。本次业绩说明会采用全景网路演平台网络远程的方式举行。</p> <p><b>一、2020 年及 2021 年一季度经营情况概述:</b></p> <p>公司克服新冠疫情的影响, 经营业绩和经营质量获得较大提升。2020 年度营业收入 71.58 亿元, 同比增长 6.02%; 归属于上市公司股东的净利润 8.52 亿元, 同比增长 7.24%; 经营活动产生的现金流量净额 13.36 亿元, 同比增长 42.08%。2021 年一季度报告, 营业收入 11.33 亿元、同比增长 135.28%; 归属于上市公司股东的净利润 5,197.47 万元, 同比增长 147.55%。</p> <p>适用新收入准则前后毛利率的对比情况:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>2021年第一季度</th> <th>2020年第一季度</th> <th>2020年度</th> <th>2019年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>以新收入准则计</td> <td>26.45%</td> <td>22.34%</td> <td>32.42%</td> <td>不适用</td> </tr> <tr> <td>以原收入准则计</td> <td>30.29%</td> <td>28.90%</td> <td>36.50%</td> <td>35.69%</td> </tr> </tbody> </table> <p>2020 年度比 2019 年度毛利率提升 0.81 个百分点; 2021 年一季度比 2020 年一季度毛利率提升 1.39 个百分点。</p> <p><b>二、问答环节内容如下:</b></p> <p><b>问题 1: 公司与唯美陶瓷有限公司都属于行业龙头公司, 请问公司的优势和劣势有哪些? 麻烦从商业模式, 公司产品方面进行回答?</b></p> <p><b>回答:</b> 谢谢您对东鹏行业地位的认可。目前我司具备的核心竞争力包括: 品牌优势、自有基地全国布局的制造优势、渠道优势、技术和产品优势、硬装产品整体解决方案优势、供应链交付能力优势等, 详见《2020 年年度报告》。从商业模式上看, 东鹏除了主营瓷砖产品之外, 还能够为消费者提供包括</p>		2021年第一季度	2020年第一季度	2020年度	2019年度	以新收入准则计	26.45%	22.34%	32.42%	不适用	以原收入准则计	30.29%	28.90%	36.50%	35.69%
	2021年第一季度	2020年第一季度	2020年度	2019年度												
以新收入准则计	26.45%	22.34%	32.42%	不适用												
以原收入准则计	30.29%	28.90%	36.50%	35.69%												

卫浴、木地板、涂料、硅藻泥、集成墙板、辅材（防水、瓷砖胶、美缝剂）和整装家居等产品和服务的“1+N”装修硬装产品解决方案；从产品上看，东鹏在抛光砖、瓷质釉面砖、幕墙瓷板、陶瓷卫生洁具等领域具有综合竞争优势。感谢您的关注！

**问题 2：未来疫情是否还会对公司产生影响，具体影响程度和范围？**

**回答：**由于公司主要业务集中在国内市场，所以只要国内疫情能够继续保持现状，则不会对公司的经营造成影响。谢谢关注！

**问题 3：疫情的影响是否已经完全消化；未来主要发力的领域及逻辑？**

**回答：**2020 年，面对新冠肺炎疫情的严重冲击，我国经济运行逐步改善和恢复常态。未来公司将夯实瓷砖主业，提升卫浴竞争力，巩固和打造瓷砖卫浴头部品牌；发展新材料，孵化局装和整装市场，成为装修主材一站式供应商。卫浴振翅，瓷砖高飞；生态新材起航，开拓新市场；整装家居再出发，创造未来。通过在品牌和产品的提升重点增加国内市场的销售收入，从而获得国内中高端市场占有率第一，实现保持行业领导地位。谢谢关注！

**问题 4：请问公司 2020 年有釉和无釉分别的销量？**

**回答：**你好，我司 2020 年有釉砖销值 4,941,911,765.06 元，无釉砖销值 1,119,495,398.52 元。谢谢关注！

**问题 5：公司新购置土地拟用于什么项目？请介绍项目实施计划？**

**回答：**你好，公司在江西丰城拟新购置土地，准备用于丰城东鹏投资建设智能陶瓷家居产业园项目，产业园拟投资内容包括建设 9 条智能岩板生产线和年产 260 万件智能整装卫浴等项目。谢谢关注！

**问题 6：原材料价格波动大不大？是否会对经营或毛利造成影响？公司方面怎么应对？**

**回答：**你好，近来原材料涨价主要是煤炭和包装材料等，为了应对原材料的波动，公司制造部门将会不懈努力，公司目前坯体配方成本优于同行业平均水平，并将不断通过生产工艺和业务流程的优化来持续减少制造成本，继续在降本增效上下功夫。谢谢关注！

**问题 7：公司毛利率下降的原因及应对措施？**

**回答：**你好，毛利率下降的主要原因是受新收入准则变更带来的影响，属于合同履约义务的运费等计入主营业务成本。谢谢关注！若按同一标准计算，2020 年度比 2019 年度毛利率提升 0.81 个百分点；2021 年一季度比 2020 年一季度毛利率提升 1.39 个百分点。

**问题 8：行业内比较分散，天安收购鹰牌，明珠陶瓷亦在准备 IPO. 公司怎么看待业内的竞争？公司方面有哪些优势？**

**回答：**我们欢迎良性竞争，这有利于促进行业的不断发展，东鹏具备的核心竞争力包括：品牌优势、自有基地全国布局的制造优势、渠道优势、技术和产品优势、硬装产品整体解决方案优势、供应链交付能力优势等，详见《2020 年年度报告》。谢谢您的关注！

**问题 9：今天怎么这么跌法？**

**回答：**你好，公司生产经营正常，股票价格的波动受到很多因素的影响，投资需谨慎，谢谢关注！

**问题 10：公司新零售业务及新媒体平台引流效果如何，对公司渠道拓展的影响程度？**

**回答：**你好，东鹏的新零售业务在瓷砖行业一直以来排在前列，是连续多年的天猫、京东“双十一”冠军。我们将持续通过线上平台的引流，来提升线下门店的流量，促进业绩的稳

定增长。谢谢关注！

**问题 11：请问贵公司产品有否参与 2022 年的冬奥和残奥的合作？**

**回答：**你好，公司信息以法定信息披露媒体披露的为准，谢谢关注！

**问题 12：一季报中其他应收款暴增，解释是履约保证金增加。是房地产大 V 工程还是小 V 工程增加的？如果是小 V 的，爆发这么厉害吗？**

**回答：**履约保证金主要是战略地产业务，谢谢关注！

**问题 13：请问公司核心产品有何独特的竞争优势？**

**回答：**截至 2021 年 4 月 2 日，公司及控股子公司共拥有 1434 项专利，其中发明专利 226 项，荣获“国家知识产权优势企业”“广东省知识产权示范企业”“中国专利优秀奖”“广东专利金奖”“佛山市十大专利富豪企业（连续八年）”等荣誉称号。参与起草 47 项瓷砖及洁具产品标准，是陶瓷行业先进制造示范企业，工业和信息化部第一批绿色工厂示范单位。从“金花米黄”在国内掀起瓷砖“全国一片黄”的消费浪潮，到洞石、原石、降醛、抗菌、防滑系列健康瓷砖引领着行业进步。谢谢关注！

**问题 14：请问能否公布下公司得 IR 邮箱和投资者热线？另外我上面问了几个问题，能否给予回复，主要是三个，1、公司作为行业内已上市最大企业，对比其他同业有什么明显竞争优势，未来 3-5 年公司发展上面有什么具体策略或者目标和小股东分享一下？2、公司认为目前发展最大得痛点在什么地方，预计采取什么策略？3、注意到一季度履约保证金明显增加，是否是开拓了新得地产业务，这块有什么具体信息分享？谢谢管理层。**

**回答：**公司 IR 邮箱：dongpeng@dongpeng.net；热线：

0757-82666287。东鹏具备的核心竞争力包括：品牌优势、自有基地全国布局的制造优势、渠道优势、技术和产品优势、硬装产品整体解决方案优势、供应链交付能力优势等，详见《2020年年度报告》。从商业模式上看，东鹏除了主营瓷砖产品之外，还能够为消费者提供包括卫浴、木地板、涂料、硅藻泥、集成墙板、辅材（防水、瓷砖胶、美缝剂）和整装家居等产品和服务的“1+N”装修硬装产品解决方案；从产品上看，东鹏在抛光砖、瓷质釉面砖、幕墙瓷板、陶瓷卫生洁具等领域具有综合竞争优势。履约保证金主要是战略地产业务。谢谢关注！

**问题 15：公司新增固定资产用于何产品，该产品未来有怎样的布局？**

**回答：**根据公司招股说明书，公司未来的新增的固定资产投资主要用于年产 315 万平方米新型环保生态石板材改造项目、扩建 4 条陶瓷生产线项目、澧县新鹏陶瓷有限公司二期扩建项目、年产 260 万件节水型卫生洁具及 100 万件五金龙头建设项目、东鹏信息化设备及系统升级改造项目、智能化产品展示厅建设项目等主营业务相关的项目建设。谢谢关注！

**问题 16：地方性的竞争对手对公司的扩张威胁大吗？公司有何应对措施？**

**回答：**公司是自有基地全国布局的头部陶瓷企业，产品的主要竞争领域在于中高端市场，公司借助品牌和产品的优势，自有基地对所在地的竞争对手形成降维打击。谢谢关注！

**问题 17：大型房产客户会带来较大业务收入，同时带来较大应收账款，如何平衡机会与风险？**

**回答：**东鹏选择优质的战略工程客户开展工程业务，以确保现金流和应收账款的稳健。谢谢关注！

**问题 18：请问公司 2020 年经销和直销的收入，以及工程业务的收入？**

**回答：**公司经销、直营和工程的占比约为 45%、18%和 18%  
谢谢关注！

**问题 19：**公司的行业地位如何，以后朝着什么目标前进，以后房地产开发减缓，会对公司业绩有什么影响？

**回答：**在全国房地产调控持续、金融去杠杆、“三道红线”、碳达峰、碳中和的背景下，将对建材产业产生巨大影响，并加快产业结构性调整和推动绿色建材产业的发展。目前，建筑卫生陶瓷行业市场集中度不高，行业内竞争激烈，据中国建筑卫生陶瓷协会数据显示，五年间有近 500 家规上陶瓷企业被淘汰，随着市场竞争的加剧，头部企业的品牌、规模、资源等优势越来越明显并快速扩张，行业销售额前十企业的市场占有率五年间提高了 3%，达到了 18%。对于具备品牌、渠道、服务、产品和资金优势的上市企业而言是关键的战略机遇期。谢谢！

**问题 20：**公司是个重资产行业，在业务扩张时资产同步扩张，如何在资产扩张时提高资产盈利能力？

**回答：**公司通过现有产能提升、新建生产线和收购兼并等多种扩张手段，在做好产能提升的同时，做好新产品的研发、综合成本的下降以及各项营销工作，以此来提高综合盈利能力。谢谢关注！

**问题 21：**请说明公司对环境环保政策风险的看法及应对方案？

**回答：**陶瓷行业主要受到环境环保政策影响。公司生产过程中产生的废气污染按环保主管部门对建筑陶瓷企业实行双监控措施，即参照《陶瓷工业污染物排放标准》（GB 25464-2010）及环境保护部公告 2014 年第 83 号文修改单中的大气污染物排放浓度实行限值监控，并对建筑陶瓷企业主要大气污染物的排放实行总量控制，每年检测机构出具《监测报告》等。谢谢关注！

**问题 22：请介绍研发投入的具体方向及其在产品上的应用；公司研发成果的转化效率如何？**

**回答：**公司开展了抗菌瓷砖抛釉砖、薄层布料高立体仿砂岩陶瓷砖及其关键技术研发、一种具有内部纹理的仿真通体 3D 喷墨防滑原石产品的研发等业务方向的项目研发。在“抗菌技术”、“薄层布料技术”“光面防滑技术”等前沿技术方向进行重点研究，深度挖掘了符合公司业务方向的细分产业领域，为公司持续的科研开发，提供科技原动力。谢谢关注！

**问题 23：请介绍公司未来洁具业务的战略布局？**

**回答：**公司将夯实瓷砖主业，提升卫浴竞争力，巩固和打造瓷砖卫浴头部品牌；发展新材料，孵化局装和整装市场，成为装修主材一站式供应商。卫浴振翅，瓷砖高飞；生态新材起航，开拓新市场；整装家居再出发，创造未来。通过在品牌和产品提升重点增加国内市场的销售收入，从而获得国内中高端市场占有率第一，实现保持行业领导地位。谢谢关注！

**问题 24：请问公司 2020 年底 无釉砖 有釉砖 卫生陶瓷 卫浴产品的产能分别是多少，以及 2020 年每个部分的销量？**

**回答：**你好，公司瓷砖销售量 13,585.38 万平方米；洁具销售量 530.83 万件，详见公司 2020 年年报及公司招股说明书。谢谢关注！

**问题 25：2021 年 C 端规划，比如门店坪效，以及如何在存量和增量市场中提升市场份额，未来 1 年发展的战略重点？**

**回答：**1) 存量市场方面，抓好零售主战场，对于 2~3 年没有重装店面进行重装，提升时尚和高级感，突出公司定位中高端的品牌认知。2) 产品结构方面，一方面，调整结构，提中高端的高附加值产品占比，另一方面，拓展品类，通过 1+N 的模式带动卫浴、辅材的销售。3) 产品+服务为客户提供一站式体验，打造公司差异化竞争优势。4) 渠道方面，一是持续



布局新零售渠道，为线下引流，二是鼓励中小经销商开店，推进向三四线市场的渗透下沉，多种方式提升中小经销商的经营和盈利能力。谢谢！

**问题 26：2021 年经营计划？**

**回答：**2021 年做好人才涌现、激励机制提升、数字化转型、品牌升级、产品领先、服务升级、渠道下沉、属地化供应、区域化营销等重点工作。谢谢！

**问题 27：1Q21 履约保证金对其他应收款和现金流影响较大今年战略大 B 业务的规划？**

**回答：**其他应收款主要是投标保证金，来源于战略工程业务，正常情况下会定期清理。战略大 B 业务整体上规划变动不大，今年仍会维持去年约 18%的比例，公司仍然坚持以零售为主。谢谢！

**问题 28：2020 年公司产品每平米物流费用是下降的，得益于仓储物流网络的建设，那么 2021 年共享仓的规划及进度？**

**回答：**今年会继续和核心经销商一起拿出更多的仓储来进行共享仓建设，以发达省市核心经销商为主。今年新开店面按计划正常推进，谢谢！

**问题 29：1Q21 毛利率相比于 19 年年度毛利率有所下降的原因？**

**回答：**每年一季度，受春节假期影响，岁末年初为装修淡季，对建材需求减少，建陶企业普遍利用这个时期进行停窑检修和技改投入，因此，一季度的营业收入及利润占全年业绩的比例较低，具有明显的季节性特征。每年一季度是公司投入期，停工检修，成本包含很多费用的摊薄以及维修费用，一季度通常是全年的利润最低点。不应拿一季度的毛利率和全年的毛利率作对比，2021 年一季度毛利率是好于以往一季度的，谢谢！

**问题 30：非瓷砖业务未来规划如何？**

**回答：**将以瓷砖带动卫浴销售，今年卫浴也会进一步发展，瓷砖与卫浴的代理商和门店以往是分开的，现在的新开和重开的店面的规划是 1+N，中高端卫浴产品融入瓷砖门店，比如经销商的样板店，300 平米的瓷砖门店拿出 10 到 20 方的店面面积来展示卫浴。谢谢！

**问题 31：工程端与龙头地产商的合作模式？工程毛利率与零售毛利率差异？**

**回答：**公司稳固头部大型地产商，加强腰部地产商渗透，公司已与大部分 Top100 地产商签约战略合作，会持续跟进区域战略合作的落地。按照当前收入准则，工程毛利率会比经销毛利率低大概 5ppt。地产战略工程平均回款周期超过 180 天。未来公司发展仍侧重零售+小 B 业务主战场，谢谢！

**问题 32：1Q21 政府补助 3000 万，类型以及时间？**

**回答：**政府补助以当地政府的产业扶持基金、各类科研项目经费以及政府项目补贴为主，到款节点按照当地政府的具体安排、项目进度来确定，谢谢！

**问题 33：瓷砖产品的差异化核心卖点在于什么方面？**

**回答：**瓷砖产品类似服装行业的布料，铺贴类似布料的设计和裁剪。1) 制造能力：大品牌瓷砖产品的图案、风格、设计、质感、品质（3C 认证）以及新品研发（大板）方面是杂牌无法复制抄袭的。2) 与其他头部品牌相比，东鹏产品的核心竞争力在于前端设计，驻店设计师会因人而异因地制宜，根据全屋风格推荐独特的瓷砖设计。3) 售后服务：东鹏 2020 年试点包铺贴服务，为消费者提供从购买到装修到售后一站式服务。4) 1+N 产品体系，不仅售卖瓷砖，还通过卫浴、木地板等品类拓展提供整屋解决方案。东鹏努力打造十项全能的综合竞争优势。谢谢！

	以上内容未涉及内幕信息。
附件清单(如有)	未提供书面材料。
记录日期	2021年4月28日