

## 蒙娜丽莎集团股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

编号：2021-006

<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 type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他：_____
<b>参与单位名称及人员</b>	宝新能源、财通基金、财通证券资管、承势资本、创金合信、淳厚基金、达盛房地产、大家资产、敦和资管、阜阳鑫鼎房地产、富达基金、工银瑞信基金、固禾资产、观富资产、广发基金、广发证券、国都自营、国海富兰克林基金、国寿资产、国泰基金、国信自营、海天鸿投资、海通证券、杭州玖龙资产、泓澄投资、胡小平、华宸未来、华能贵诚信托、华夏基金、华兴证券、汇迪投资、汇添富基金、火星资管、嘉实基金、建信养老金、金华阳投资、进门财经、景泰利丰、九泰基金、开源证券自营、凯读投资、蓝墨投资、六禾投资、民生证券、明智资产管理、南银理财、农银汇理基金、诺安基金、盘京投资、平安养老、平安资产、朴道七期、朴易资产、浦银安盛基金、青岛稳泰私募、青果乐园、青榕资产、清和泉、人保资产、睿郡资产、上海聚鸣投资、上海秋晟、上银基金、深圳领骥投资、太平基金、太平养老、泰康资产、天风建材、通和投资、拓璞基金、万家基金、未来资产香港、文渊资本、西部利得基金、西南建材、橡谷私募、鑫翰资产管理、信银理财、巽升资产、易方达、友邦人寿、源乐晟、远望角投管、长城基金、长城证券、长江养老、赵新宇、挚信资本、中金公司、中金资管、中欧基金、中融汇信期货、中泰证券、中信建投、中信证券、中信资管、中银资管、重阳战略、北京知盈投资、呈瑞投资、工银安盛人寿保险、工银瑞信、国泰君安、国投瑞银、恒越基金、华宏财富投资、景林资产、景泰利丰投资、巨杉资产、开源证券、民生加银基金、南土资管、鹏华基金、浦银安盛、前海道谊投资、人寿资产、融通基金、三十三度资本、珈元资管、久铭投资、朴道瑞富投资、泰达宏利基金、泰康保险、同花顺、西藏源乘投资、元兹投资、展博投资、长江养老保险、长江证券、长江资管、中金基金、中科沃土、中欧瑞博投资、中融基金、重阳投资 Sumitomo Mitsui DS Asset Management、Wellington、LYGH CAPITAL PTE. LTD.
<b>时间</b>	2021年8月26日
<b>地点</b>	公司会议室（电话会议）
<b>上市公司接待人员</b>	公司董事、董事会秘书：张旗康  公司董事、财务总监：谭淑萍

<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p><b>一、公司 2021 年上半年经营业绩情况介绍</b></p> <p>公司上半年收入端同增 72.33%，相比 2020 年上半年不一定具有可比性，但相对 2019 年复合增速也有 37%。二季度收入同比增长约 60%。C 端增长得益于一二线城市专卖店升级改造，三四线渠道下沉比较顺利，也得益于美丽乡村业务贡献。这几年渠道建设相对比较大。上半年新增经销商 228 个，新增专卖店 288 个；B 端增长得益于与主要地产商广泛合作，前 5 地产客户比较均衡，一直以来采取风险分散策略，不存在依赖单一大客户。</p> <p>公司优势产品仍然是瓷质有釉砖，收入约 19 亿，同增约 84%，陶瓷板收入约 4.07 亿，同增约 88%。</p> <p>上半年净利润 2.82 亿元，同增 30.3%，对比 2019 年复合增速约 31%，Q2 净利润同增约 32.77%。</p> <p><b>二、大板、岩板产销、价格情况？</b></p> <p>回复：行业大板、岩板生产线上的速度很快，中国也成为大板岩板的生产大国。国内需求随着大家居赛道发展，销量来看也是全球最大。但是也带来另外一个问题，除了瓷砖存在产能过剩，现在大板岩板也产能过剩，从半年报也可以看出来大板价格在下降，毛利率下降 9.72%，供需矛盾会加剧，单价会下来。比拼生产管理、成本管控、品质提升。今年市场竞争加剧，价格下降，但是量有很大提升，对绝对利润的贡献比较大。</p> <p><b>三、行业未来竞争格局？市占率？</b></p> <p>回复：瓷砖赛道由过去单一经销门店零售到兼做小 B 工程，去年开始增加大家居赛道，对比涂料防水不一样，集中度一直以来不高，前十份额占比 15-18%，未来集中度会提升，只是速度没那么快。随着房地产高速发展到平稳，宏观政策、监管力度加强，房地产恢复理性。行业双高“碳达峰、碳中和”，环保压力越来越大，尤其是双碳政策指引，对一线品牌是挑战，对小企业挑战更大。一线品牌注重品牌品质，烧成周期比一般品牌长很多，能耗高，双碳考核能耗指标。广东省已经制定 2025 年为峰值，蒙娜丽莎 4 个生产基地在推动改造屋顶光伏发电，可</p>
----------------------	--

以置换出绿色电力和碳指标。另外加强原材料检测，尽可能减少原料中的碳酸化合物，生产过程中自身产生的二氧化碳水平，没有条件变革的企业可能就会因为这一轮双碳被淘汰。这次力度很大，有时间表，对行业集中度提升会加快，预计 2025-2030 行业前十提升到 20-25%。

#### 四、新建产线受双碳限制？

回复：双碳政策出来珠三角长三角新建的难度提升，现在环评+能评，能评审批门槛提高。一些欠发达区域都把双碳纳入日程，都在部署双碳实现的计划。购买土地建设陶瓷生产线从全国来说受限，新建难度增加。

#### 五、上半年计提减值原因？

回复：随着规模增加，2B 业务增长，相对回款周期长一点，应收款增加比较大，所以减值金额增加。另外是增加了广西、江西、总部产能，存货增加也比较多，计提同步增加，如果下半年销售好了有可能冲回。

#### 六、收现比、现金流情况？

回复：地产回款慢，收到的现金比收入要少。下半年还是沿用一贯政策，不会依赖第一客户，也会加强销售回款，安排专门人员针对地产催收货款，希望下半年现金流能够改善。

#### 七、下半年价格走势？

回复：价格战从来没有停止过，今年特别明显。蒙娜丽莎优势在陶瓷板，生产线多，价格下降可以规模做上去。大板增加较多，营收和毛利率贡献，净利润贡献绝对额增加，单价下降是市场竞争的必然产物，不降价可能面临停产。如果停止创新毛利率会受成熟产品价格下降影响，公司每年都会推出新产品，弥补一部分跌价的影响。价格止滑要看 2025 年和 2030 年，双碳政策历史最严，对行业是公平的，看谁的底子好。双碳是顺应潮流，对头部企业是好事，集中度提高，减少了恶性竞争，价格相对平稳。价格提升要靠新产品切入市场，保持竞争优势。

#### 八、公司如何看待铺贴服务？

回复：公司坚持大瓷砖，大建材，大家居的战略。从产品竞争到服

	<p>务的竞争，每年为各地经销商举行关于销售服务的培训，其中就有包铺贴的培训。铺贴服务能确保给业主的品质，之前的部分客服反映的问题是因为交叉作业导致的，会给经销商带来困难，包铺贴有望成为行业的趋势。</p> <p><b>九、双碳政策对行业和公司影响？</b></p> <p>回复：双碳政策行业会加速集中，双碳政策要求不仅有环评，还要有完善能评，双碳政策对企业经营成本会增加，如果企业通过自身技术改造还是碳交易都不能达标的企业会面临退出。</p> <p><b>十、C端渠道划分？</b></p> <p>回复：公司一直在努力了解经销商零售和小B情况，但是经销商有自己的系统。现在在建数字化系统，希望有助于打通供应链系统，为经销商赋能。</p> <p><b>十一、上半年零售端保持增长的原因？</b></p> <p>回复：公司产能提升为经销商提供了产能支持。基地布局不断完善，能够更加快速地响应市场需求，降低运输费用。重视一二线门店升级改造提升，渠道下沉有效，过去几年增加的专卖店发挥作用。部分经销商尝试家装、团购、小B业务。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2021年8月26日