

帝欧家居股份有限公司

2021 年 8 月 31 日投资者关系活动记录表

编号：2021-004

投资者活动类别	<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_____
公司接待成员名单	总裁吴志雄先生；重要子公司欧神诺总裁丁同文先生。
接待时间	2021 年 8 月 31 日
参与单位名称及人员姓名	申银万国证券、中信证券、中兴威、九玖恒信、伍洲资本、养正基金、国泰基金、国海自营、工银安盛资管、正享投资、深圳前海汇融丰资产、盈峰资本等
投资者关系活动主要内容介绍	<p style="text-align: center;">总裁吴志雄先生发言：</p> <p>尊敬的各位朋友，感谢对帝欧家居的关注和关心，首先由我对公司上半年的工作做一个总结与回顾。</p> <p>2021 年上半年，不论是资本市场还是建材家居行业，都经受了一轮严峻的考验。上游大宗商品价格上涨、下游地产行业遭遇阶段性困难，资本市场大幅波动，在这样的形势下，按照“追求高质量增长”的总方针，公司上下一心、负重前行，最终取得了不错的经营业绩。公司营收同比增长 15% 以上，净利润同比增长 8% 以上，小 B 渠道与其他客户的拓展都取得亮眼成绩。</p> <p>由于去年基数较大的原因，公司的营业收入与净利润同比增长不算高，但无论是绝对数值还是结构变化，都达到了公司的预期。上半年工作成绩得益于我们在三个方面开展的重点工作：</p>

1、供应链的保障：公司通过深化精益生产项目，强抓细节管理，降低加工成本；寻求新的替代原料，对冲原材料价格上涨影响；对现有设备进行改造，通过产能提速减少原材料涨价带来的影响；调整产品结构，提高产品附加值。

上半年主营业务毛利率 28.97%，去年同期微降 0.51 个百分点，其中公司主要产品瓷砖业务毛利率与去年同期持平。

2、客户结构的优化：坚定“优选大 B+拓展小 B”战略，公司在前、中、后端各个环节强化风险管控措施，确保公司保持稳健经营、取得良性增长；配合小 B 战略实施，加强品牌宣传，品牌广告在全国核心机场、高铁、高速传播要道加大品牌曝光率；加速大工装平台战略实施落地，充分发挥公司大 B 端开拓与交付保障优势，合作伙伴小 B 端开拓与区域就近服务优势，提升工程渠道竞争力及市场份额。

公司上半年收入较去年同期增长 15.7%，其中建筑陶瓷板块，小 B 业务渠道销售收入同比去年同期增长 45.1%，除公司原有核心客户外自营工程渠道销售收入同比去年同期增长 56.3%。

3、加强研发创新：公司发挥在研发创新方面的优势，依托国家级企业工程技术中心，以绿色环保、功能化、性能升级为主要方向，开展新型产品的原创研发；顺应市场潮流趋势，在大板、岩板、智能坐便器等产品线的布局快速推进；公司瓷砖业务对产品理念进行进一步升级，针对终端消费用户的升级诉求，将在年内推出全新的八大系列产品和八大风格空间应用；在此基础上，将对瓷砖终端门店展示进行全新升级。卫浴业务在产品迭代升级的基础上，探索高端定制产品的推广。

展望下半年，公司将继续执行贯彻“追求高质量增长”的总体方针，全面提升公司的综合竞争力，迎接来临的机遇与挑战，望各位朋友继续关注、支持帝欧的发展，谢谢大家！

提问环节：

**1、小 B 是否有拓展的困难？是否已经形成成功的商业模式？
公司后期将如何推广？**

回答：公司于 2020 年启动小 B 战略，今年逐步开始增长；公司拥有：1) 通过大 B 客户积累的工程业务服务经验；2) 成熟的供应链体系；3) 交付和质量方面的足够保证。随着公司内部商机报备体制逐步形成，能有效协调经销商内部的合作和分工，实现后期小 B 战略的推广。

2、部分头部地产企业竣工量减少，对公司是否有影响？

回答：头部房地产企业竣工量减少带来的影响不是个别现象，而是对于全行业的普遍现象，加之我们正在进行着客户和业务端的结构优化调整工作，确实存在较大压力，但是我们仍将努力完成全年经营目标，另外今年对于我司而言仍然是一个调整年。

3、公司应收票据情况？房地产“三道红线”影响怎样，如何应对？

回答：首先应收票据占我司营收比例较小，规模有限，影响不大；其次针对应收票据我们会进行贴现以及催收等管理工作，对应收票据进行提前处理。房地产的严监管利好房地产及上下游行业的长期发展，更加健康，更加阳光化的地产负债，也同样有利于我司正在进行的业务调整战略以及长远发展。

4、股权激励和可转债的进度？推迟是否会影响新产能进度？

回答：年初批准可转债申请，年中由于公司离任董事受到证监局立案调查事项导致计划推迟，目前已经结案，我们正全面启动并全力推进可转债工作。公司一直推行通过长效股权激励计划，逐步推进核心管理层和核心人员从“经理人”向“合伙人”

的管理机制，会考虑适时推出新的股权激励计划。

发债延迟对新增产能影响不大，仍按原计划进行建设，资金需求方面，传统金融渠道融资会解决一部分问题。按照目前的计划及进度，今年还会新增 1 条产线，明年春节前还会有 2 条产线投产。

5、公司应收账款增长的原因？对公司有何影响，怎样应对？

回答：主要是由于公司大客户的经营波动所造成的，回款速度有一定程度的减慢，但是不存在严重问题，并且受益于新客户以及各大业务的增长，应收账款总体风险可控，我们未来将继续以优化结构为导向，加强风险管控，持续降低应收账款占营收的比例。现金回笼管理是我们工作的重点之一，下半年的回款情况会有明显改善，收现率会持续向好。

6、卫浴板块的增收情况如何？卫浴和瓷砖两大业务的协同情况怎样？

回答：上半年我司卫浴板块 B 端业务成本增长，也带来了应收账款净增长，预计明年将进入良性发展阶段；得益于营销结构的不断优化，上半年零售渠道取得了增速超过 60% 的优异成绩。未来卫浴收入占比会比当前有所提升。

两大事业部的协同要看具体的业务契机，我们已有不少成功的协同案例，未来我们也将加强供应链和产品交付方面的工作协同，对此我们有系统的计划与安排。

7、上半年自产和外协比例关系？行业产能变化趋势如何？

回答：目前我司外协产能占比还是比较高的，同时，目前行业需求不明确，所以公司为有较好的产能弹性应对需求变动，所以自主产能始终保持满产状态。未来自有产能增长幅度不会低于业绩增长幅度。

	<p>行业产能的集中度将会进一步提升，“小退大扩”的趋势将会加快，短期内一些中小企业的产销压力将不断加大，落后产能淘汰的情况将会持续，对于行业头部企业来说是难得的发展机遇。</p> <p>以上内容未涉及内幕信息。</p>
日期	2021年8月31日