

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： 2021-09

投资者关系 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 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>
参与单位名称 及人员	中金公司、中信证券、中泰证券、长江证券、长城证券、长城基金、兴业证券、西南证券、西部证券、天风证券、太平洋证券、申万宏源、开源证券、加拿大投资公司、华泰证券、海通证券、国泰君安、国盛证券、东方证券、德邦证券、Comjest、CFJ、杭州贝咖实业有限公司、Zeal Asset Management Limited、长城基金、天铖控股（北京）股份有限公司、中银国际证券、招商基金、长信基金、长盛基金、易方达基金、兴全基金、先锋基金、万家基金、深圳市东方马拉松投资管理有限公司、深圳前海精至资产管理有限公司、上海追云资产管理有限公司、上国投(T-0204)-重阳 5 期、盘京投资、农银人寿保险股份有限公司、南京银行、南方基金、交银施罗德基金、嘉实基金、汇添富基金、华安基金、共青城赤兔投资、成都火星资产管理中心、财信证券自营、北京诚盛投资、Teng Yue Partners, LP、Power Pacific Equities Ltd、LIU MIAO、HORIZON PORTFOLIO LIMITED 、 Broad Peak Investment Advisers Pte Ltd 等 83 人。
时间	2021 年 10 月 31 日下午 15:00-16:30
地点	中金公司组织的线上交流电话会议

<p>上市公司 接待人员姓名</p>	<p>董事长何新明、公司董事财务总监包建永、副总裁兼董秘黄征、财务部罗麟总监</p>
<p>投资者关系活动 主要内容介绍</p>	<p>一、三季度业绩说明</p> <p>1、东鹏控股 2021 年前三季度营业收入 57.38 亿元、同比增长 20.33%，归属于上市公司股东的净利润 3.91 亿元，同比减少-25.23%。经营活动现金流量净额 3.28 亿元，继续明显优于同行业。</p> <p>2、在本报告期内，公司坚持品牌升级战略，进一步巩固龙头品牌地位，东鹏瓷砖成为北京 2022 年冬奥会和冬残奥会官方瓷砖供应商。</p> <p>公司持续改善运营质量。高毛利岩板产品在瓷砖产品中占比提升至 12.5%，同比上升 8.5 个百分点，优化销售产品结构。通过有效的库存管理措施，瓷砖不良库存下降 6%，进一步优化库存结构。截止至 9 月 30 日，新开门店 345 家，升级原有门店 342 家，提升零售竞争力。小 B 业务取得较好的增长。</p> <p>同时，三季度公司动作频频，发布了多个投资公告，持续开展业务创新。通过墙面岩板及石墨烯暖瓷岩板，占领室内装修墙面市场，开辟绿色采暖新赛道。设立生态新材料公司，通过研发和销售生态新材料，引领行业低碳绿色转型。设立新加坡公司，开拓海外产能和渠道，应对反倾销；设立东鹏幕墙公司，获得建筑幕墙工程专业承包一级资质。可以看出公司正在从战略角度进行一个大的布局。</p> <p>3、公司前三季度收入增长、利润下滑主要原因：</p> <p>（1）外部大环境恶劣：在今年下半年，房地产调控、个人信贷收紧、恒大爆雷、原材料能源价格大幅上涨、限电限产、局部疫情和海外货运成本高企等多重打击下，地产产业链上市公司受到前所未有的压力，三季度业绩下滑、成本上升毛利下降成了普遍现象。</p> <p>（2）内部因素。去年下半年疫情解封复工复产后，装修</p>

需求快速增长，使得去年三季度基数比较高；因恒大商票逾期未能兑付，公司对应收款减值重新进行估计，增加信用减值 1.82 亿元。另外，由于原材料、能源和包装材料等大宗原材料价格上涨，导致产品综合成本上升。公司公告从 2021 年 10 月 1 日起涨价 5%，对三季报尚未产生正面作用。

二、恒大事件的影响

截止 2021 年 9 月 30 日，公司与恒大集团及其成员企业之间的应收账款余额为 3.02 亿元，应收票据余额为 3.33 亿元，其他应收款余额为 1.57 亿元，其中逾期应收账款余额为 2.84 亿元。针对逾期的商业承兑汇票（根据会计准则已转为应收账款披露）当中 1.44 亿，公司已和恒大集团达成初步抵房解决方案。公司仍与恒大集团积极协商沟通，并在相关地方政府的指导和协调下，大力推进以资产抵债为主的相关债权回收解决方案。公司不排除通过财产保全、法律诉讼等途径维护公司及广大投资者合法权益。

在东鹏三季报将恒大的情况进行了披露，消除了隐忧，并做了比其他上市公司采用了更为谨慎的减值计提方式，单项计提了较大的减值准备，增加信用减值 1.82 亿元。相当于靴子落地，未来，公司通过资产抵债方式获得债权回收，减值资产的可收回性有好转时，将会进行反冲，增加反冲当期的利润。

另外，公司与恒大近两年的年均业务量只有 2、3 亿元，占销售额的 3%，恒大贡献的利润只有不到 2000 万元，占公司利润 2%，对公司的影响非常小。恒大对东鹏的影响是短期的，公司现金流优异，可以覆盖恒大的影响，并不影响持续增长的盈利能力和投资价值。

三、 回购

鉴于恒大事件等对东鹏的短期不利因素，并不影响公司良好的发展前景，基于对公司未来发展前景的信心和对公司价值的高度认可，经控股股东宁波利坚提议，董事会审议通过了《关

于回购部分社会公众股份方案的议案》。同意使用自有资金以集中竞价交易方式回购公司股份，回购资金 1.5 亿元至 3 亿元，回购价格不超过 19.75 元/股。回购期限自公司董事会审议通过本次回购方案之日起不超过 12 个月，回购股份将用于员工持股计划或者股权激励。

四、未来展望

房地产政策影响、原材料及能源成本压力、限电限产等因素可能仍然存在，4Q 可能继续延续 3Q 的经营状况，但会进入一个相对稳定的阶段，公司为此：1) 产品上，推出新品，包括大板、岩板、暖瓷等；2) 渠道上，积极推进小 B 业务，专注现金流优异的项目，要求现款现结，不接受商票支付，重点在于稳定业绩。

公司基本面没有发生改变，现金流保持充足，零售渠道继续保持优势；另一方面，市场环境恶化加速出清实则为头部企业带来了新机会。

未来巩固瓷砖主业优势，保持业绩稳定增长，强化零售、提升店面体验、三四线渠道下沉、做好家装大包小 B 业务等；拼抢工装工程、中小微工程，在战略工程业务环境不稳定的背景下转移部分资源做小 B；优化供应链，打造高效的端到端供应链，提升及时交付和低成本交付能力；加强产品研发，构筑产品竞争力，用差异化产品提升毛利率；其次，将卫浴培育为未来新的增长点；第三，在生态新材上作突破，开发低碳环保的绿色建材，已经成立新的事业部，预计年底投产；成立整装家居事业部，从卖产品、卖空间到卖整体解决方案，充分利用公司多年积累的硬装、整装优势，为消费者提供一站式解决方案。

另外，行业现正处于低迷阶段，在快速整合之际，作为行业头部企业通过收购兼并、品牌联动等，依托渠道、资本快速扩张，提升市占率和话语权。

五、 提问交流环节

Q1: 未来公司在行业资源整合方面有什么尝试吗?

答: 公司刚在资本市场登陆一年, 在资本运作上还没有大的动作, 但今年也做了很多准备工作: 成立战略投资部, 专业人员已到位; 对多个标的进行了尽调。公司利用资本平台整合行业资源的三个方向: 1) 掌握更多优质资源; 2) 弥补弱势品类, 补充整体解决方案配套产品的完整性; 3) 通过兼并收购优质标的快速提升市占率。

Q2: 零售、中小微、大宗工程业务占比结构及增速?

答: 1-9 月战略工程业务收入占比 11%, 同比下滑 14%, 主要受恒大影响, 公司控制承接地产企业工程的标准, 确保资金安全; 业务大头仍然是零售、大包、中小工程, 占比 80%以上, 1-9 月零售端收入同比增长约 20%。位于北上广深、云南、西安各地的直营门店收入同比增长高于经销零售一倍, 未来提升经销门店效能还有较大空间。经销商收入中门店零售占比与中小微工程相当, Top50 经销商中小微工程占比甚至超过 50%。

Q3: 原材料、能源、包装材料价格上升对毛利率的影响?

答: 今年以来大宗物料价格的上涨主要体现在能源上: 煤炭价格 1-9 月上涨 50%, 三季度上涨幅度更高, 煤价上涨 80%; 天然气价格 1-9 月上涨 0.2%, 三季度上涨幅度达到 2.5%; 电价格 1-9 月上涨 4 个点, 三季度上涨 4.5 个点; 化工材料、包装价格 1-9 月上涨 1~2 个点, 三季度上涨 3 个点左右。这些大宗物料价格的上涨, 对 1-9 月整体成本有 5 个点增长的影响, 对三季度成本有 7 个点增长的影响。

煤炭方面, 除了山西、湖南基地, 其他基地都完成了煤改气, 九月底以来煤炭期货、现货价格已经在下降, 而且国家多次出台煤炭限价、增产措施, 未来煤炭价格可能不会继续上涨;

天然气方面，公司与政府签订了长期供货协议，短期价格波动不会对公司经营造成影响。

Q4：10 月份产品提价 5%以后能够消化多少成本压力？

答：提价的影响有一定滞后性，4Q21 经销商履约订单有部分是在提价前签订的，整体对四季度利润的影响不明显，可能明年开始会更明显一些。同行业有公司甚至连续提价两次，公司未来会根据成本上升情况合理安排价格调整。

Q5：岩板出厂价、毛利率，与一般瓷砖相比？未来收入占比希望做到多少？

答：相比一般瓷砖产品，岩板出厂价高一倍，毛利率高出普通瓷砖约 20%。公司推出墙面岩板、石墨烯暖瓷岩板，优化岩板规格、密缝铺贴等，提升墙面岩板的销售，未来规划岩板收入占比达到 25%以上。公司岩板产能提升考虑以下三方面：买地建厂、收购兼并、现有基地技改提升。

Q6：公司赋能经销商方面做的比较好，共享仓推进进展？后续还有什么动作提升经销商效能？

答：共享仓有别于中心仓和工厂仓，是将大型经销商的仓库共享出来，提升周边 200~500 公里范围内中小经销商的运营能力，让中小经销商能够供给更多 SKU 产品，快速出货；共享仓配备有加工能力，能满足切割、拼接等需求；同时因为大的经销商更加熟悉当地市场特点，进货更加适销对路，能够减少中小经销商盲目进货，赋能中小经销商。

经销商赋能措施：1) 区域化供货，降低物流成本，解决经销商最大的痛点供货问题；2) 优化产品结构，升级店面，提升门店客单值和坪效；3) 通过总部战略和区域协同发力市政、家装工程、设计师渠道等中小微工程，经销商负责当地项目的

落地；4) 公司新零售做的非常好，是多年天猫、京东品类双11 瓷砖品类冠军，新零售引流给线下经销商，提升门店流量。

Q7: 未来工程业务整体发展战略变化，五年增速规划？经销商经营情况，对经销商的考核、帮扶是否发生变化？

答：地产工程业务受到大环境影响处于调整期，公司也会进行相应调整，更多和国有大型地产商进行合作，优化业务结构，保证风险可控，不会因为现阶段地产状况而放弃这部分业务。另一方面，公司积极鼓励经销商去做小 B 工程，扩大经销工程比例。

Q8: 公司收入中来自重装需求的占比有多少？

A: 公司创立于 1972 年，明年就是 50 周年大庆，自创立以来积累了约 860 万的老用户，是将来重装时非常重要的回头客，也是别的企业没有的，二次装修市场是公司未来重点去抢占的。去年下半年以来，整个市场流行的风格明显从正方形瓷砖变为长方形大板，公司的 715、918 系列都是在重装市场中会重点去推的高值产品。

Q9: 在整体承压的大环境下，明年利润率的指引与展望？

答：产品结构方面，进一步提高岩板等高值产品比重，同时提升生产效率、改进工艺技术，进一步降低产品成本，通过属地化交付，降低物流成本，综合来说，明年利润率水平应该会比今年要稍好一点。三季度利润水平下降主要是原材料能源成本、调价、清仓影响，未来通过多种措施提升新花色、新规格高值产品的销售，提升整体毛利率。

Q10: 对恒大应收款 5 个多亿，对于对恒大年销售 2 亿元而言金额偏大是什么原因？对恒大的应收和保证金在整体应收和

	<p>保证金比例较大的原因？</p> <p>答：因为恒大账期较长，供货之后对账、确认货款等，付款周期最低 15 个月，而且恒大今年以来很少付款，把账期拉得更长，到九月份底，积累了差不多两年的货款。</p> <p>履约保证金金额较大则是今年支付的，支付保证金是行业普遍现象，出于业务开拓的考虑支付大额履约保证金，进入恒大的洁具卫浴、新材料产品的供应体系。以前年度投标保证金在年中支付以后，年末地产商都会归还，今年恒大违约没有归还。同行业其他应收款体量都较大，绝大多数与恒大有业务往来的上市公司，三季报没有做资产减值准备的计提。公司出于审慎考虑计提了资产减值准备，公司的会计师德勤判断计提是合适的，明年年报的审计基本按照这样的比例计提。同时，公司积极与恒大洽谈以房产抵债等，寻求更多解决方案。</p> <p>以上内容未涉及内幕信息。</p>
附件清单(如有)	未提供书面材料。
记录日期	2021 年 10 月 31 日