

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：2022-01

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（线上电话交流）
参与单位名称及人员	中泰证券、嘉实基金、博时基金、建信基金、汇添富基金、泰康资产、源乘投资、中信资管、银河基金、朴易投资、深圳景泰利丰投资、五地投资、长城基金、歌斐资产、信银理财、华安基金、安信基金、太平基金、深圳铭远资管、泰康资产、兴全基金、中信资本、中银资管、睿远基金、国联安基金、雪石资产、东吴基金、财通资管、鸿凯投资、中欧瑞博、国寿养老、东方阿尔法基金、平安养老、明曜投资、平安基金、国泰基金、国华人寿、银华基金、光大保德信基金、涌津投资共计 45 人。
时间	2022 年 2 月 17 日上午 9:30-10:30
地点	中泰证券 2022 年资本市场年会线上交流
上市公司接待人员姓名	董秘兼副总裁黄征
投资者关系活动主要内容介绍	一、公司基本情况介绍 公司披露了 2021 年度业绩预告：2021 年，在国内外疫情反复、国家对房地产行业加强调控、部分房地产企业爆雷、双碳政策和限电限产、能源和原材料价格上涨等不利因素的影响下，公司整体营业收入仍实现增长，预计 2021 年实现营业收入 75.16 - 85.90 亿元，同比增长 5%-20%。

公司本年度营业收入增长、利润下滑的主要原因是由于公司对房地产行业客户应收款计提减值准备；截止 2021 年 12 月 31 日，公司与某房地产客户之间的应收余额合计为 7.98 亿元，公司管理层对该等房地产行业客户应收款项的可回收性进行了分析评估，计提了较大比例的信用减值准备。

若以上减值资产，在未来可收回性有好转的迹象，将会进行反冲，增加反冲当期的利润。

公司与某大型房地产企业近年的年均业务量只有 2、3 亿元，占年销售额约 3%，该地产客户对公司的整体收入影响较小。造成本次减值的大额应收款项是近年来积累的结果。目前公司与其仅开展现款现货类型的业务。

从东鹏的收入构成上看，东鹏的营业收入约 80%来源于大 C 端（零售+小 B+小 V），未来公司还会继续坚持零售主战场，努力开拓高毛利业务。2021 年，公司的房地产战略工程业务只占约 10%。未来，公司将在确保资金安全的基础上，控制好工程业务的开展。

公司将紧跟国家“双碳”、限电限产的一系列政策，积极调整产业布局，积极优化各大生产基地的产能安排，提升基地高值产品的产出；同时还会继续新增生产线和做好 OEM 统筹，做好产能扩张安排。另外，未来的国家双碳政策也会加快中小企业退出和行业整合。公司将借助资本平台的优势去做好未来产能布局 and 安排，以及配合双碳政策对公司生产线进行技术改造和提升。

东鹏接近 15%是卫浴业务的营收，东鹏整装卫浴将立足健康卫浴定位，朝着健康、智能方向努力，推出多重抗菌、五年包换的系列产品。未来公司会围绕智能马桶、整装卫浴、浴室柜、淋浴房以及纳米涂层五金等方向去做好卫浴业务。

公司在生态新材料和整装家居方面也将继续做好拓展。

二、提问交流环节

Q1: 某大地产商占公司每年收入约为两个亿，整个战略工程占公司收入的比例大概为 10%。想请教剩余客户后面是否会存在减值的风险？

答：本次业绩预告已经把房地产客户按风险层级一并做了减值处理，总体来说已经考虑到了一个比较高的减值比例，计提已经相当充分。

Q2: 公司三季报有披露跟某地产商的应收账款情况，其中 1.44 亿已达成了初步抵房解决方案，这一块的最新进展如何？

答：1.44 亿的以房抵债工作目前在继续落实，陆续在签网签协议，后续具体进度还需要按照所在地政府管控情况推进处理。同时，本次业绩预告也把这 1.44 亿元做了统一的减值安排，一并做了处理。

Q3: 公司的最终端客户结构如何？经销或直销，零售或工程端（施工企业、工程队总包、房地产）。

答：东鹏的业务结构总共分成两大类。第一类为大 C 端，第二类为大 B 端。大 B 端是对于房地产企业的战略工程业务。大 C 端进一步拆分为三部分，第一是直接 To C 的，即面向消费者零售端，同时还有小 B 端和小 V 端。小 B 端是指家装、工装和大包业务。小 V 业务是各种中小微工程，例如学校、医院或者是当地中小微的工程，这一类工程绝大部分是公司的经销商去承接的，同时也有一部分是公司总部直营店去承接。所以对于东鹏来说，除了零售门店的直接对于消费者的 C 端业务之外，还有对于家装公司、工装公司和大包公司的小 B 业务，还有单体的或者中小工程的小 V 工程业务。

公司把产品销售给经销商后，由经销商通过门店零售和中小微工程销售出去。从经销商自己的占比上来看，零售和工程

总体基本上是各占一半的构成。

Q4：公司去年经销占比约为 60%，直销约为 40%，能否理解为这直销的 40%全部是房地产的招投标这类？

答：不是。东鹏目前在北上广深、佛山、西安、南宁、昆明有子公司，子公司有零售也有工程。所以直销，既包括子公司的零售和中小工程，也包括总部的整装、大包等小 B 业务、战略工程大 B 业务。地产招标类的战略工程业务大概占 10%，是公司总部在做，经销商配合落地。

Q5：卫浴也是通过直营去销售吗？

答：不是。卫浴也主要是经销模式。卫浴的经销商比瓷砖少很多，大概只有 100 家左右。

Q6：瓷砖的经销商和卫浴的经销商不是通用的吗？

答：不是。两者往往是分开的。这是公司以前的一个架构，但未来公司要推进 1+N，就是通过瓷砖非常庞大的网络，去带动卫浴、辅材和整装的营销。因为瓷砖的经销商有 1700 多个，而卫浴只有 100 个，还有很多瓷砖的经销商还没有卖卫浴，卫浴还有很大的空间可以去挖掘。

Q7：今年瓷砖成本的状况如何？

答：由于去年受到能源、原材料价格大幅上涨的影响，像煤炭、化工原材料、包装材料价格大幅上涨。但从去年下半年，尤其是四季度开始，大宗商品的价格已经在回落了，尤其是煤炭。所以今年的原材料成本可能会低于去年。刚刚开年，加上天气较冷，煤炭或者天然气等的供应还趋紧。

Q8：现在所有产品中，采用天然气的产品占比有多少？

答：东鹏的十二大生产基地现在烧煤的基地只有湖南和山西。因为山西是煤炭大省，湖南未来可能会改造成天然气，其他的基地已经完成了煤改气。

Q9：关于产品提价后客户的接受程度？

答：去年年底因能源和原材料上涨、限电等因素，公司进行了提价，整个行业的大趋势如此；瓷砖行业本身零售定价不透明、加价率很高，所以经销商和消费者也是接受的。

Q10：产品普遍涨价后行业的竞争格局是怎样的？

答：行业未来趋势是整合，很像以前的水泥、玻璃行业，最后会集中到国有控股或上市公司，将分散的中小产能集中。目前国家“双碳”和能耗相关政策会倒逼中小企业融入大企业（除非它有很强的实力去更新环保设备和生产线提效），因为中小企业本身用工、税收、环保方面不规范，随着国家政策收紧，这类企业的生存空间会越来越小。这种趋势这对公司是有利的，东鹏 2013 年从香港上市到红筹回归 A 股，在行业内规范生产是最早的，后续整合过程中公司具备优势，当然公司还要继续进行生产线提效和减排工作。

Q11：目前公司各个工厂有受限电影响吗？

答：去年 9 月底 10 月受限产限电影响，今年已经过了限电限产的高峰期，去年各地是一刀切地限电限产的做法也受到批评，相信今年各地会统筹布局好全年的能耗和用电。

Q12：去年大 B 端受影响，那么去年四季度情况如何？

答：去年三季度开始受大环境影响，例如某地产商暴雷和国家宏观调控、原材料价格上涨，整个行业处于下滑的状态。此外，2020 年公司三季度和四季度高速增长、12 月还创造了单月销售收入最高历史记录，这使得 2021 年的同比指标受 2020 年高基数的影响。不过去年 12 月份以来地产融资政策边际放松，对银行按揭贷款、开发贷款政策有所放松，政策面是一种触底的感觉。总体来说政府对房地产业是一种稳定的定调，这对公司业绩复苏是有好处的，但增长恢复还没有那么明显，因为今

	<p>年春节比较早，很多装修在1月份就停了，需要正月十五年后才能陆续开始，315是第一个大促。</p> <p>今年的营销规划方面，东鹏是北京冬奥会瓷砖供应商，今年又是东鹏成立50周年，公司会通过这两件大事去做好营销工作，为“五十周年”献礼。</p> <p>Q13：生态石用途是什么？是类似于市面上做飘窗和背景墙的人造石材吗？</p> <p>答：这是两类不同的产品。目前的人造石材基本上是有有机人造石，这种产品一般不能用于户外，有机成分会降解。而公司做的生态石是无机成分的免烧造产品，使用的原料是工业废渣，例如铝厂矿渣、建筑废料，公司希望把它打造成城市友好工厂，作为绿色概念的产品。东鹏的生态石是介于瓷砖和天然石材之间的产品，物理化学性能已接近于瓷砖，优于天然石材，未来规模做大以后也会带来成本的降低。</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	2022年2月18日