

蒙娜丽莎集团股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2022-002

投资者关系活动类别	<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 checked="" type="checkbox"/> 其他：电话会议
参与单位名称及人员	Centerline Investment Management、Ellisys、Willing Capital Management Limited、永瑞财富、泽铭投资、长青基业、澄明资管、丹桂顺资管、亘曦资产、观富资管、光大保德信、广发基金、广发银行、国泰君安、弘毅远方基金、金鹰基金、金元顺安、景泰利丰资管、君颐资管、宽远资管、理成资产、宁波理财、平安资产、睿郡投资、明湖投资、呈瑞投资、赤钥投资、崇山投资、龙全投资、五地投资资管、银叶投资、上银基金、前海汇融丰资管、鹏万私募证券、中欧瑞博投资、首创证券、太平基金、泰康资管、天风证券、西部利得基金、西部证券、西南证券、先锋基金、兴全基金、玄卜投资、颐和久富投资、银叶投资、英大保险资管、盈峰资本、永赢基金、长城基金、长江养老保险、长乐汇投资、长信基金、招商基金、招商证券、中庚基金、中国人寿养老保险、中泰证券、中信建投、中信证券、中银国际、重阳投资、朱雀基金（排名不分先后）
时间	2022年4月28日上午9:00-10:00 10:30-11:30
地点	蒙娜丽莎会议室（电话会议）
上市公司接待人员	公司董事、董事会秘书：张旗康 公司董事、财务总监：谭淑萍
投资者关系活动主要内容介绍	<p style="text-align: center;">一、简要介绍公司 2022 年第一季度经营情况。</p> <p>2022 年第一季度公司合并营业收入 106,369.40 万元，同比增长 6.74%，其中，经销渠道业务 56,360.41 万元，同比增长 13.81%，主要是公司近年来持续渠道下沉策略，渠道效应体现；战略工程渠道业务 50,008.99 万元，同比下降 0.24%。</p> <p>一季度归属于上市公司股东净利润为-7,381 万元，主要系天然气、煤炭及原材料价格仍在高位运行，对利润影响较大。</p> <p style="text-align: center;">二、主要交流内容</p> <p>问题 1：B 端、C 端未来规划；能源、材料价格展望；产品毛利率展望。</p>

回答：B 端业务从 2021 年第四季度部分地产暴雷以来做了一些调整，在规模上面也做了一些控制，到了现在一季度，应该可以看得公司整个 B 端业务基本上维持着去年的额度。C 端相对增长就大一些，后续会加强 C 端的开拓发展。

目前公司原材料的价格，特别是能源的价格，还是在高位上面运行。现在公司也是想了各种降本的措施，还有降耗措施，目前先确保周转的平衡。今年公司预计整体毛利率和 2021 年相当，因为今年从现在的情况来看主要材料的价格还没有大幅下降的趋势，公司从采购端这一块也想一些办法，公司会用长协这种措施，会抓住每一个不同的时间段，因为有时候它的价格还是会有一些波动的，更多的去关注整个市场的价格走势，去把握一些机会，想办法把材料价格控制住。另外从一些材料的替代方面公司也在采取一些措施，看有没有一些能够替代的，选择一些成本更优的材料。

在产品创新这一块，公司现在也是加强了新产品的研发力度，希望从产品端研发出一些更适合老百姓、消费者需求的，而且也有别于同行的一些差异性产品，能够为公司的毛利提升做一些贡献。行业同质化的这些产品目前来看还是比较难把材料的价格转移，因为竞争各方面还是比较激烈，但是这一块也不排除假如能源的价格一直还是维持这样的高位，甚至于再往上，肯定公司也会采取调价的一些策略，会甄别不同的项目，特别是战略那一块会控制毛利水平才去接相应的订单，这样来确保公司今年整个毛利率控制在相对合理的范围。

刚刚谈到的材料涨价传导到公司的两个渠道，如果按照公司原有的产品去硬提价的话，目前可能没有太大的效果，公司还是依赖于原有的一些优势，比如说创新的优势。

目前因为房地产战略工程受到了一定的影响，公司也在关注政策的一些导向，今年把过去已经尝试过的一些渠道，比如家装、大家居这些渠道也增加了一些签约，来弥补公司在房地产方面受到的影响，所以总体上来看公司重中之重会在 C 端发力，延续之前比较好的政策。一方面支持公司的经销商在他的终端能够把零售端做好，另外加大他们在地方上的一些政府楼堂馆

所，比较优质的地方房地产工程项目。通过过去一年来看，应该说还是取得了一些成效，所以今年公司还会加大经销渠道，一方面是深耕下沉，另外一方面是多渠道的营销，在经销渠道里面去推动，这样使得公司全年目标任务能够达成。

问题 2：公司的发货受疫情的影响大概是怎么样的？另外公司全年对产能的投放，包括像收购的高安，今年从产能的角度以及对应着收入，是怎样的展望？

回答：一季度以来受疫情的影响，首先深圳市有一定的影响，最大影响是上海和吉林，上海到现在也没有得到恢复运营。当然这两个地方公司也想尽一切办法通过其他的一些区域去消化，公司总体的发货还是基本上做到了平衡，所以没有明显下滑了。至于产能，高安今年如果全年满负荷生产，会比去年的产能有所增加，当然现在公司也在跟政府对碰，几条生产线的改造需要重新启动环评、能评，重新核定许可指标和能耗指标，当然还包括安评，这项工作现在还不知道在什么时候批文能下来，如果提前下来的话，公司可能就会推动这个技改。目前四个生产基地，根据公司销售规划，自主产能今年没有太大问题，是能够支撑的。

今年在去年的基础上有三个基地陆续完工建设，公司资本开销是去年、前年留下的一些工程尾款，重中之重是广西基地最后一期四条线的建设，厂房现在差不多了，后续公司择机推动广西最后一期的建设。

问题 3：公告显示公司受让碧桂园创投持股的广西这家公司剩余的少数股东权益，这大概是什么样的背景？碧桂园方面为什么会退出？

回答：受让桂蒙公司剩余的少数股东权益主要是在综合考虑标的公司的资产和经营情况的基础上，经交易各方友好协商确定了交易对价。桂蒙公司系公司重要的控股子公司。桂蒙公司所处陶瓷产区距离陶瓷原材料矿区较近，周边陶瓷原料丰富，运输半径较短；桂蒙公司规划的产能占公司总体产能比重较大，生产设备先进，制造成本有相对优势。股权受让完成后，公司将持有桂蒙公司 100% 股权，有利于提高公司整体经营管理效率和业务协同

发展，更好地在公司体系内优化配置资源。

问题 4：公司现在给小 B 通过经销商做的这些工程是算在经销收入里面还是算在工程战略渠道里面？

回答：小 B 是放到经销渠道里面，公司给了小 B 政策，一个是授信政策，一个是价格比经销价稍微要低一点，所以一般里面不排除也有零售端的一些业务，因为公司去核对他的合同、订单也确实比较难，所以把它归到小 B 里面，直接签合同对应的是公司的经销渠道，所以小 B 公司只能放到经销渠道这边。授信方面公司给了一个幅度，10%-30%，结算期限是一样的，都是 90 天，是没办法把他分开来的，所以只能放到经销渠道那边。

问题 5：公司经销里面现在小 B 的占比有大概的数据吗？去年公司在经销增长里面小 B 的增长幅度是怎样的？根据公司年报的电话会议今年主要的增长是来自于经销这一端，在经销这一端里面像小 B 和纯的 C 端零售公司有没有增长的规划？

回答：小 B 这边的增长他们还是在当地经销商的一些政府楼堂馆所、地方性的一些房地产，还有公司有战略合作的经销商所在的一些项目，房地产也愿意跟经销商签，公司经销商可能都会抓住这些机会，经销商现在基本上都是多渠道在推进，几乎没有任何一个渠道会放弃，比如家装、整装，有的可能要求是与公司集团签的，那么就归到大 B 里面，但是经销商签的还是归经销商。根据公司初步了解，经销商公司 2020 年大概有 10pct 左右，公司能够判断他们做的业务占到了经销渠道的大概 10% 左右，去年可能会占到 20% 左右，今年如果说把整装、家装算进去，有可能会占到 30% 左右，这是在经销渠道里面的占比。

问题 6：如果从今年的角度来讲，公司的规划里面小 B 和 C 的增长，纯零售和小 B 的增长幅度有预期吗？有没有一个目标？

回答：根据公司年前年后与各大片区的沟通，包括经销商整体上的签约，从他们的全渠道销售来看，今年公司整个经销渠道如果没有大的疫情变化，大家可能还是有信心，如果像前段时间反复折腾的这种疫情，坦白讲什么都

不能干，公司定的目标任务要完成也很难。

目前为止还没有提出来去修订公司的年度目标，C端增长还是要保持每一年空白市场的增加，去年公司交付的，有470家店已经都开始运营，有的还在装修，可能就计入了今年的一季度，有的还在设计，去年签约的已经达到目标任务，基本上是完成的，今年公司要求蒙娜丽莎、QD和美尔奇专卖店要达到去年的开发力度，这项工作今年也是一个重中之重，因为网络不断增加，才能够支撑公司经销体系的业务增长，过去几年这么做的的确确公司用数据可以证明这一点，当然公司要支持经销商的业务增长，去年公司没有想到电荒、拉闸限电、限电限产、能耗双控，紧接着是双碳政策出台，又碰到了房地产触雷，所以就导致公司B端的业务受到非常大的影响，好在公司C端经销渠道的业务还是比较稳健，但是各种要素削弱了蒙娜丽莎的毛利。

公司原来支持经销商去做这些非房业务、小B和多渠道的营销是有政策支持，也就是说没有考虑到大宗原料的上涨，原来以为相对是比较平稳的，所以公司也做出了一些让利给经销商。去年也有一些沟通，原材料上涨公司也没有对部分产品或者全部产品提价，为什么没有做全部产品提价呢？因为公司本来是全年就要让利3-5个点给经销商去做大他们的非房业务和地方性的小B工程，这个政策推出来，所以公司只是拿出部分小规格砖种做尝试，提5%-6%，但是实际上公司从数据来看没有任何效果，公司很多同行甚至提出增加15%-20%，最终结果也是没有太大的用处，因为整个行业的产能过剩短期内还是不能消化，按照今年这样，广东省起码有一半生产线没开起来，全国有1/3没开起来。为什么公司全部生产线开起来并没有出现像去年这个时候春节后一直延续到5月份供不应求？今年整个市场还是比较淡的，从房地产的销售来看对公司这个行业应该说也是可以做一个参照的，这个行业也是受制于房地产，大家这种鱼与水的关系都是清楚的。

今年公司除去对营销渠道政策的支持，一方面还要延续原来的政策，另外一方面要加大空白市场的填补，对部分一二线的城市展厅还要做一些升级改造，以提升公司经销商终端的竞争力，现在公司也在加大数字化项目的推进，今年供应链这一块模块可能相对会快一些，包括公司打通经销商的一

些网络，对库存降低了赋能，通过这个系统应该有帮助，还有数字系统的建设使得人为增加的 SKU 也能得到有效的梳理和控制等方面，都在做降本降费提效的工作，而且目标考核都是到每个部门，甚至有的是到个人，这是内部管控，刚刚前面谈到的采购要加强，公司内部的组织变革等，这些都是为了降本、降费、提效。终端就是增收，如何增收，用公司相对有一定的成本优势来支持前方打仗，这样的话公司总体上才能够去达成今年的目标任务。

问题 7：去年公司经销商增长了 25%，这个是明确的，新开了 470 家门店是对应公司 2000 多家专卖店的口径还是对应专卖店及网点 4000 多家的口径？

回答：这个口径是对应公司的专卖店，是新增的专卖店，4000 多个是专卖店加网点的数量。

问题 8：关于公司去年的价格和毛利率，比如说公司的瓷质有釉砖，公司当时声称如果不考虑价格和成本的因素，毛利率是上升了 3pct+，现在看毛利率其实下降了 6pct+，从报表上来看是影响 10%左右的毛利率，这里有多少是因为价格因素导致的？还有多少是因为原材料导致的？就是原燃料的价格？

回答：关于去年公司的瓷质有釉砖，因为它占公司的整个营收比重是很大的，毛利率下降一方面有市场竞争带来的价格下降的因素，但是更大的应该是原材料价格上涨带来的因素。现在基本上抛釉砖整个市场的需求量是最大的，所以在公司整个的销售占比里面也相对比较大，这一块的同质性也相对比较大一些，因为它的价格基本上都是在往下的趋势，整个市场容量这一块也比较大，所以就变成公司整个材料的价格上升。不管是生产什么砖，原材料、燃料、能源这一块上涨，肯定所有的砖种都会受到影响，所以这一块的传导性就会更大一些，影响相对会比较大一点，所以今年公司就会在这个方面看能不能够用一些新的差异化的产品，相应的把这一块整个的毛利水平相对提升一点，是这样的想法。

去年公司并购江西高安基地也生产了 3900 万方，除了把釉面砖、瓷片

踢出来，在江西基地绝大多数都是有釉的产品，它也生产了一部分的瓷质有釉，所以江西基地对公司的平均单价也是有点影响的，因为那边的定位本来就是中低端的，今年公司通过研发创新，花色品种的改变，江西基地公司会有一个调整，那些毛利率较低的中低端占比太大了，对公司整个集团的影响也很大。

问题 9：公司今年 Q1 和去年 Q4 相比毛利率环比下降了 3%左右，这主要还是因为原料的价格在 Q1 环比去年的 Q4 有明显的上涨吗？现在燃料的成本占公司整体成本的比例大概是什么水平？

回答：燃料的成本占公司整体成本的比例早些时候没那么高，从去年下半年到现在大概的区间原来是 20%-25%，现在都差不多达到 25%-30%，所以燃料的上涨对公司的影响很大，去年整年对比 2020 年燃料上涨影响利润 2.5 亿元，这是直接对公司利润的冲击，再加上还有大宗原料的上涨，合起来对利润的影响都有 4 个多亿，所以这个影响很大。今年一季度和上一年的第一季度对比，整个的燃料成本确实是上涨比较大，但是现在一季度和去年四季度基本上是维持在一个水平上，相对没有那么大的涨幅，为什么今年 Q1 和去年 Q4 毛利还会有下降？主要是因为公司春节前后那一两个月基本上是没怎么生产的，都在停窑维修或者是刚刚复产调试的阶段，这一块相对固定成本各方面的分摊就会大一点，所以对这个也有一些影响。

问题 9：公司去年的年报里减值提的比较多，其中对于单项的也都列出来了，大部分 30%的，也有 50%的，后续还有继续减值的风险吗？因为在去年的时候有部分公司的同行或者说其他的地产建材公司提的这个比例比你们要更大一些，他们可能提 80%？

回答：像减值这个，公司是根据相应的地产在违约或者是整个过程里面公司做的减值准备，目前确实是有出现一部分的商票到期不能兑付的情况，但是这部分公司现在也在采取一些措施，有一部分项目也要保供，公司以供货再去协调付款，目前包括各地方和国家层级也发出来一些对地产的维稳政策。

问题 10：据了解公司 B、C 端的产品还是不一样的，小 B 的产品发货是

按照 C 端的产品来发货还是按照 B 端的产品来发货？

回答：小 B 公司也有政策支持，除了价格可能会比经销价格低一点，另外公司授信最高可以达到 30%，但是它的账期是一样的，公司要求 90 天要还款，这个是没有变。小 B 相对大 B 来说，因为小 B 是经销商去做的，他投标前也会咨询公司最低能够给到多少，公司给的幅度也是有限的，因为毕竟小 B 工程相对于经销商有的也不是很大，可能拿几万方一个工程已属于较大的项目，但是大 B 都是全国性的工程，都是通过招投标，所以相对大 B 来说，如果是今年重新来投标，肯定大 B 的价格会比经销商拿到的价格更低，大概情况是这样。

问题 11：具体在产品端的区别呢？因为 B、C 端的产品不一样。

回答：订单基本上是花色图案的不一样，其实规格公司都是锁定的，如果有特殊规格公司也要测算一下，假如你拿过来一个规格是 750×750，那么公司可能要测算一下，要重新开模，如果达不到一定的量，公司也不敢接这种单，所以规格发生变化的单公司是比较慎重的，因为那个整体成本费用的支出都很大，公司希望在固定的规格前提下，只是花色不同，公司把它做出来，通过公司的研发试制把它做出来，这是没有问题的，如果规格发生变化，那要考虑的要素就多些，基本上任何一个房地产定的花色都是不一样的，他都有自己的设计要求。

问题 12：公司怎么区分经销商采购了公司的瓷砖是去做纯零售还是做小 B 呢？因为做小 B 毕竟对于他来讲成本要更低，一个是涉及到怎么样去区分这个，第二是怎样去做终端的价格管控，比如说他以小 B 的名义采购你们 C 端的瓷砖，再低价在零售市场上销售，就会打乱价格体系，这一块公司是怎么去考虑的？

回答：一方面公司有区域管理，公司会设片区总监，公司会设立区域的一些业务员，公司有很多岗位，还有市场部和监察部，对公司经销商获得的小 B 工程公司是要去核查的，因为毕竟他拿到的价格相对偏低一点。为确保按渠道销售，公司有比较成熟的制度、流程、标准来予以管控。

问题 13： 一季度毛利率下降比较大，有产品价格下降的因素吗？

回答：刚才也提到了整个一季度毛利率的下降，首先有一部分产品结构可能不一样，第二是确实在有一部分产品价格在下降，但是从去年四季度开始基本上产品价格的下降是控制住的，主要还是受一些材料价格的影响，因为今年一季度和上一年的一季度材料价格差异还是比较大的，另外你可以看回公司以往年度，基本上一季度的毛利率相对全年也是在低位。

问题 14：目前的股价相对于之前的高位已经有比较大幅度的回调，请问管理层这边是否会采取额外的一些措施去稳定股价？比如说之前已经提出了回购的一些政策，后续会不会出一些其他稳定股价的措施呢？

回答：这个回购是公司去年就发布的，公司一直都在做这项工作，但是公司回购也有一个最高的上限，触碰上限这一轮的回购可能就会暂时告一段落，坦白讲稳定股价的措施还是要靠公司自身的业绩增长。刚刚公司沟通了那么多，尽管现在面对的外部环境不是很理想，但是公司认为还是要抓住一切的机会把公司的业务做上去，能够按照公司的目标任务去完成，所以今年公司一方面是保营收，另外公司的成本费用要下降，毛利率要提升，最后表现在公司最终的净利润率的提升，以及净利润在一个较好的水平，这个公司认为才是真正稳定股价的有利因素，当然外部环境公司也确实难以去预判，像最近几乎涉足到各个行业股价都是大幅滑落，而且非常严重，公司作为建筑陶瓷其中的一部分也是身受其害的，但是外部环境公司左右不了，公司只能是做好自己的一些事情，我认为这个才是最重要的。

问题 15：对原材料价格或者是整个行业未来的走向可以给大家做一个预判吗？整个行业现在面临前所未有的困境，这个小产能究竟是否能够顺利的出清或者是房地产整个行业什么时候的回稳才能够传导到瓷砖行业呢？

回答：对房地产回稳公司只能是期盼，确实公司也不能够去下结论。房地产的一些分析报告我也在看，行业小产能出清每一年都有几十家到上百家的退出。根据公司与中字头行业协会一些专家的沟通，今年退出这个行业的企业数量可能会比往年更大，今年可能会有 150-200 家，整个行业集中度的提高会加快。对于原材料的价格，最终如果化石燃料价格回落，很多大宗

原料价格就会有下降，因为公司做建筑陶瓷的，煤炭、天然气是主要的成本因素，与化石燃料相关的，比如熔块、釉料，包括运输，它可能最后都会体现在原材料里面。俄乌局势是一个信号，假如5月份能够结束，全球化石燃料的价格能够降下来，那么大宗原材料的价格就会降下来。公司也跟中字头的协会专家沟通，今年预判总体上整个行业还是下降的，几个头部企业可能还会有一定的增长，这两头挤压，一方面是市场订单和总体上的市场规模在下降，另外一方面原材料持续上涨也挤压了一部分小规模的企业退出，有的可能是暂时停产、观望、等待，一旦市场回暖，不排除有一部分这类企业可能又会恢复生产，但是如果说你停产的时间太长，整个网络基础已经没有了，那么他要恢复生产难度还是很大的，所以公司认为总体上行业集中度加快提升对公司这些头部的企业还是有利的，尤其是对蒙娜丽莎，应该说也是公司在这种艰难岁月当中的发展机遇。

问题 16：目前公司在做决策的时候主要是由哪些成员共同去做快速的决策呢？

回答：如果说不需要按照法规一定要提前通知开董事会、股东大会，公司日常运营在授权范围里面决策效率相对较高，因为董事会权限下给公司高管层，大家也可以了解到蒙娜丽莎管理团队包括正副总裁、董秘、财务总监，基本上日常运营管理的决策是在高管层可以处理的，还是能够做出快速反应的，只是说遇到一些公司需董事会或股东大会决策的，公司会按照规则进行审议流程。

问题 17：因为运输费用占公司成本的比例还是挺高的，今年公司成本端有没有受到运输费用的影响？大概的影响幅度怎么样？还是运输费用的影响可以完全传导给客户？

回答：运输费有两块，一块是公司的经销商自行承担，另外一块是公司的房地产包括政府工程基本上是包运到工地的，这一块就要根据整个运输的变化进行调整。公司目前在全国也签约了不少的运输公司作为长期的战略合作伙伴，基本上都是以基地就近为原则，比如江西基地就是以高安的运输公司为主，广东这两个基地是以两个基地就近的为主，广西基地就以广西基地

	<p>附近的运输公司为主。公司运输都是按照招投标签订合同，比如签订一年的合同，公司一年的价格是不会变化的，只是说运输公司各种成本费用尤其是燃料上涨，不排除也会提出一些诉求，但是还是尊重双方的合约。现在使用大数据平台可以看到每一天公司的物流车辆有哪些是预约专车，哪些是等待专车，哪些是临时取消，公司现在都看的非常清楚，通过这个数字平台公司对订单计划性的管理是加强的，基本上都是以属地排查作为公司经销商也好、房地产也好对应的订单交付。</p>
<p>附件清单（如有）</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2022 年 4 月 28 日</p>