

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： 2022-07

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	海通证券、西南证券、西部证券、万家基金、交银施罗德基金、平安基金、富联安基金、长城基金、富国基金、盘京投资、长晟资产、玖鹏资产、玄元私募基金投资管理有限公司、深圳多鑫投资管理有限公司、平安养老保险股份有限公司、北大方正人寿保险有限公司、川流投资、重阳投资有限公司、Haitong Group、Fidelity 富达基金、永赢基金管理有限公司、红土创新基金管理有限公司、珠江人寿保险股份有限公司、淳厚基金管理有限公司、国寿安保基金管理有限公司、财通证券资产管理有限公司、韩国投资基金管理、润晖投资管理香港有限公司、DM Capital Group、留仁资产、彤源投资、招商证券资管、华富基金、国海证券资管、兴全基金、青骊投资、宽潭资本、太平基金、申万宏源证券资管、泉果基金、观富资产、中欧基金、西部证券自营等 46 人。
时间	2022 年 12 月 6 日 10:00-11:00； 16:00-17:00
地点	线上电话交流
上市公司 接待人员姓名	董事会秘书兼副总经理黄征
投资者关系活动 主要内容介绍	提问和交流要点： Q：东鹏是瓷砖里面一家非常有特色的公司，首先今年前三季度它的毛利率同比是增长的，这在今年整个消费建材行业比较难得；其次公司不仅是想作为一家瓷砖公司，目标是发挥“1+N”的优势打造多品类建材平台。那首先请教下公司 10 月 11 月的经

营情况如何？

A：1、政策面方面：

建陶行业工程端和零售端均迎来改善预期。近期，房地产行业 and 疫情管控都发生了积极的变化，支持房企融资的信贷、债券、股权政策“三箭齐发”；主要城市相继优化疫情防控措施等。房地产的政策支持显现，社会面需求逐步恢复，有利于对消费者信心提振以及建材零售端的改善。

2、公司经营方面：

东鹏控股是 C 端业务和 B 端业务相对均衡发展的企业。2022Q3，零售渠道 C 端业务收入占比约 48%（其中，瓷砖零售 30%，卫浴零售 13%，家居、整装、辅材、新材等 5%）；工程渠道中，房地产战略工程大 B 端业务收入占比约 12-13%；中小微工程业务占比约为 40%（其中，小 V 端业务（经销工程渠道）25%，小 B 端业务（市政、企业总部、家装、整装、大包公司和设计师渠道等）15%）。

今年，在原材料、能源等大宗材料价格大幅上涨、整个行业非常低迷情况下，公司通过加强精益管理、降本增效、加强运营效率和供应链交付效率等，实现了盈利能力的提升，通过自身 α 的改善来对冲行业 β 的下行。生产成本得到有效控制，第三季度毛利率 30.97%，较去年同期提升 3.08 个百分点。优于同行业公司 4~10 个百分点，且同行业公司毛利率同期大多是下滑 3~15% 的状态。

公司积极推进以效率驱动为核心的经营转型，从资源效率、管理效率、经营效率等多维度提升经营管理能力，以及交付效率；继续发挥新零售优势，提升线下门店和网点数量和质量，进一步拉升零售获客及转化效率；精耕市场，通过对经销商和门店的经营质量进行综合分析测评，找出经销商的发展空间，有针对性的进行改善、帮扶和赋能，提升存量渠道和门店的经营质量和产出，提升客单值和坪效。

3、“1+N”方面

随着消费升级，业主装修更愿意实现整体交付，东鹏的“1+N”多品类硬装产品整体交付为其解决了家装的痛点。东鹏主要产品是瓷砖、岩板和瓷片等，即 1；N 主要包括卫浴、辅材（瓷砖胶、美缝剂、防水）、墙板、家居、生态新材等。通过东鹏服务创新，为消费者提供一站式硬装产品解决方案，让东鹏“1+N”策略落地。东鹏在瓷砖门店增加东鹏卫浴和辅材等其他品类的展示。对于进店选购瓷砖的客户，配套的这些品类也将被关注，为客户带来更好、更齐全的产品和服务。消费者进入

到我们的门店，可以更便捷地买到更多的东鹏产品，通过卖空间和“1+N”的形式来提升客单值和单店产出。

公司洞察用户需求，推出东鹏“超会搭”空间设计和“装到家”包铺贴一站式服务，推出岩板空间交付“包设计、包入户、包加工、包破损、包辅材、包铺贴”六包服务，从卖产品的思维向卖空间转变，实现“产品+交付+服务”全链条创新升级，为消费者解决一站式空间交付方案。

东鹏积极打造专业工程解决方案主导品牌。公司将继续发挥瓷砖、卫浴、辅材、生态石和集成墙板等“1+N”多品类产品齐全的优势，打造工程细分市场产品解决方案，力争成为医疗康养、酒店和商业连锁等专业工程解决方案主导品牌。在医疗、康养、酒店、商业连锁等方向打造一系列的样板工程。

4、关于辅材

目前，瓷砖同行业公司有强制搭配辅材销售的趋势，销售瓷砖的同时搭配自有品牌的辅材销售（瓷砖胶、美缝剂和防水等），若此趋势成为行业惯例，将可能把非瓷砖主业的辅材企业排除在瓷砖、瓷片铺贴业务之外，尤其是零售端。

Q：对工程端的展望？

A：随着对地产行业的扶持政策落地，预计保交楼的项目最先获益，对应为公司的大B端业务改善。同时，我们也应客观分析认为：在家居建材行业，自房地产出现暴雷后，对待大B端业务各建材企业都持非常谨慎的态度，谨慎地对待从签合同到整个合同履行到收款全流程，要么现款现货做，要么优先选取资金链有保障的国企央企等客户。同时，受到了原材料及能源价格上涨、疫情、能耗双控、环保、地产行业下滑等多重因素的冲击影响下，行业中企业，特别是中小企业有些已退出了市场，行业有向头部企业集中的趋势。在这样的情况下，一些企业为了生存会以较低的价格出售产品，叠加陶企纷纷抢夺优质的国企央企和优质民企地产客户资源，房地产企业的强势地位和对建材企业成本的充分理解，造成了工程端出现低价抢单的情况；而且保交楼项目本身的利润空间就有限。所以综合影响下，获得保交楼项目的企业，通常也是以较低的利润率中标。整体上看，保交楼项目会使得建材企业的收入上升，但项目的利润贡献则相对有限。

随着地产行业复苏，公司将积极开拓大B业务，目前，地产企业融资获得政策

支持（包括开发贷、按揭贷款、保交楼资金安排等），暴雷风险在降低。公司注重 C\大 B\小 B 三大渠道的经营质量，在有机会或资源的情况下，会更倾向投入利润和现金流更优的零售业务或小 B 业务，大 B 业务带来更多的是销售额提升。同时，公司关注大 B 业务的复苏，公司将根据地产项目的资金、利润、风险情况做出综合判断，公司将地产企业分为三类：1）央企、国企、优质民企等现金流较好、风险较低的企业，公司将给一定信用账期；2）自身资金在集团层面有风险，但某一楼盘或项目中资金仍然有保障的项目，公司也愿意承接；3）对于本身存在问题、政府在接管的项目，公司更多是采取现款现货的较安全方式，例如，恒大仍是公司重要的客户，目前采取的就是上述现款现货方式开展业务。

C 端和小 B 端仍是行业抢夺的主战场。东鹏业务发展规划方面，战略重点是继续发挥公司的渠道优势抓好零售主战场，同时积极开拓小 B 和小 V 端市场，并抢抓优质大 B 工程。个别地产企业暴雷后，各大陶瓷企业在管控和收缩大 B 业务的同时，加大了对 C 端的投入，加大了开店数量投入、门店改造和经销商渠道的建设和帮扶。其次是关注和拓展小 B 端业务，也是建材企业开始重点关注的方向。东鹏控股目前有 40%的收入占比为小 B 端和小 V 端业务，也体现了公司的积极战略布局。公司会继续重点关注小 V 或小 B 渠道，原因是：渠道的毛利率会相比大 B 渠道高，因为甲方是市政、医院、学校、商超、装企等企事业单位等，本身对价格的敏感性相对不高，对建材企业的没有那么强势和苛刻，回款质量也相对较好。

Q：东鹏历来有新零售的优势，今年双十一的销售情况如何？

A：电商渠道是重要的流量入口，东鹏的新零售业务在瓷砖行业历来名列前茅，是多年的天猫、京东“618”“双 11”瓷砖品类销售榜第一，有利于线上向线下引流。公司继续加大品牌建设及营销渠道建设，前三季度新零售累计派单规模增长 91.48%，线下成交率、客单值持续提升。今年双十一天猫京东双电商平台再次夺冠，同比有较大幅度增长，具体数字可以查阅双十一战报新闻报道。

Q：计提信用减值是否降低？

A：近期一系列对地产企业的扶持政策是非常明显的，地产企业的融资和经营环境得到改善，单项信用减值方面基本上可以认为不会再继续恶化，甚至可能会有冲回。

具体情况需要年审会计师做专业的判断。

Q：在东鹏控股股价相对低位出现的大宗交易如何理解？

A：东鹏的 IPO 前股东中有 8 个有限合伙企业是员工的间接持股平台，近几个月在公司股价相对低位出现的大宗交易，主要是员工股东趁股价较低做的合理税务筹划所致，公司已在减持计划相关公告中做过披露。由于 IPO 前股东减持需要缴纳约 35% 的个人所得税，因此在股价低位进行税筹有利于降低个人税负。

Q：疫情影响居民收入，瓷砖行业会不会出现消费降级？

A：对于客户主要是中高端市场的东鹏，我们感受到的可能是消费升级，因为实体经济低迷、生意不好做，很多有钱人就把资金拿来买房、买车、装修，所以这部分人买高档瓷砖的需求是增加的。对于普通老百姓来说可能消费是会有一定影响，但是随着疫情的改善，将有望恢复。

对于精装房的比例，我的观点是：保交楼阶段的主要目的是交楼，对于装修已经不太奢求，因此精装房的比例可能会下降；但是，经过这一轮地产洗牌后，存活下来的地产企业更多的是以央企、国企背景和优质民企为主，未来的竞争将会更注重楼盘的品质，对优质精装房的需求将上升，东鹏这样的高品质和头部品牌产品在竞争中将有优势。

Q：卫浴的品牌力如何？公司对卫浴这块业务的规划是怎样？

A：目前消费者更加认可国际品牌为卫浴头部一线品牌。国产卫浴的与国际品牌进一步争抢市场，特别是高端市场，还需要一个过程。东鹏是十大卫浴品牌之一，公司将持续精准定位健康卫浴和定制卫浴的方向，保持现有一线市场的同时，重点开拓二、三、四线和流通渠道市场，并积极利用公司的“1+N”多品类优势，为消费者提供东鹏品牌产品（瓷砖和瓷片、智能马桶、浴室柜、淋浴房等）的定制卫浴空间，实现硬装产品的整体交付。

Q：公司今年品牌投入加大的原因？

A：东鹏历来注重品牌建设。公司聘请刘涛作为东鹏的品牌代言人已多年，公司还在

	<p>行业内率先推出数字虚拟人“沂鸣”，作为东鹏首位数字美学探索官，在品牌和营销等方面传递东鹏缔造美好人居生活的追求。今年初有北京冬奥会的投入，年中 50 周年大庆的宣传投入，因此，今年的品牌投入相比行业其他公司高一些。</p> <p>Q：公司今年产能是多少？明年的资本开支计划和产能扩张计划是什么？</p> <p>A：今年瓷砖产能大概 1.5 亿平方米，未来的产能扩张主要通过四种方式：1、在现有基地，例如江西丰城和重庆永川，立项增加生产线；2、对现有生产线进行技改升级为高产能或高值产品生产线；3、通过 OEM 代工；4、通过收购兼并等。</p> <p>7：今年瓷砖成本的状况如何？天然气的影响？</p> <p>答：公司加强精益管理、降本增效，在原材料、能源等大宗材料价格大幅上涨情况下，生产成本得到有效控制，第三季度毛利率较去年同期提升 3.08 个百分点。瓷砖的成本构成约为：天然气 18%、煤 10%、电力 10%、原材料 35%，其他为人工等。东鹏重庆永川基地的天然气价格具有优势，目前约为 1.85-1.93 元/立方，约为其他产区价格的一半。</p> <p>Q：公司渠道下沉还有多大可渗透空间？</p> <p>A：我们现有瓷砖门店数量和瓷砖门店数第一的品牌相比还有约 3000 个店面的增长空间。同时，我们认为对现有门店增效更加重要，现在我们正在对门店进行诊断和优化，利用比如同行业销售、当地交楼数量、二手房成交数量和当地 GDP 等一些指标，用模型计算应该做到的销售额，找出经销商的发展空间，有针对性的进行改善、帮扶和赋能，提升存量渠道和门店的经营质量，提升单店产出和客单值。</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 12 月 6 日