

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：2023-02

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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称 及人员	长江证券、中金公司、国盛证券、浙商证券、东方证券、光大证券、西部证券、民生证券、博时基金、汇添富基金、广发基金、南方基金、长信基金、东方基金、中信资管、中金香港、中金资管、国寿养老、重阳投资、新华资产、招商证券资管、申万资管香港、财通证券、海通资管、玄元投资、东方资管、生命保险资管、东方红资管、安和资本、中兴汉广投资、君茂资本、源乐晟资管、景泰利丰、鞍钢资本、中融鼎投资、上海耀之基金、中融鼎投资、耀之资本、夕尔控股、聚隆投资、白贝壳等 46 人。
时间	2023 年 2 月 14、17、21、24 日，10:00-12:00，13:30-15:30
地点	东鹏控股总部大楼 25 楼、5 楼会议室，东鹏总部展厅
上市公司 接待人员姓名	董事会秘书兼副总经理黄征、投资者关系管理主管孟令闪
投资者关系活动 主要内容介绍	<p>一、参观东鹏控股总部大厦展厅和陶瓷博物馆。</p> <p>二、与投资者进行交流，提问和交流要点如下：</p> <p>Q：国家推出一系列扶持地产行业的政策，今年一二月份东鹏各渠道销售情况是否感受到改善？终端市场反应如何？</p> <p>A：2022 年末以来，建陶行业迎来改善预期。房地产行业和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”，房地产的政策支持显现。各地优化和放松疫情管控，社会面需求逐步恢复，有利于</p>

对消费者信心提振以及建陶行业的预期改善。

1、零售端。疫情管控放松后的第一波冲击在春节后基本过去，节后复工复产，消费者的装修消费意愿复苏，新增需求、因疫情和春节推迟的装修需求，使得终端门店的人流量明显增加，公司积极部署建材行业传统的“315”大促活动，营销团队秉承首战即胜的理念，全面协助终端经销商通过活动抢占市场先机。

2、工程端。“春江水暖鸭先知”，行业的复苏和改善较先体现在工程端。近期，地产行业的政策扶持以及保交楼项目推进，带动公司的战略工程大B端业务同比改善；家装、整装和大包公司的小B端，也因厂商的主动备货，有较好表现。

Q：东鹏作为有 50 年悠久历史的建陶龙头企业，新管理团队在“新”领域有何举措？

A：东鹏 2022 年有三件大事获得业界关注，一是东鹏瓷砖是北京 2022 年冬奥会官方瓷砖供应商；二是东鹏控股荣获“广东省政府质量奖”，是本届建陶行业唯一获奖企业；三是东鹏迎来“五十周年”大庆，“炽热如初、向新而生”是我们的主题，并将积极促进公司和行业的“新”发展。

新技术应用。东鹏注重品牌建设，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。东鹏坚持门店数字化建设，除了现有平台旗舰店、精品店、专卖店、专营店、设计师店、店中店展厅外，还推出“虚拟展厅”，积极解决中小门店展示及场景体验和实时交互，提升消费体验。

新零售继续保持领先。随着消费升级，东鹏持续关注电商和短视频平台等流量入口，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。除了线上电商平台的直接销售，公司还通过新零售派单，实现线上向线下引流，线下成交率、客单值持续提升。

新模式。“1+N”，“超会搭”“装到家”。东鹏是产品线最丰富的建陶企业，具有“1+N”多品类优势，东鹏主要产品包括瓷砖、岩板和瓷片等“1”，

也包括卫浴（智能马桶、淋浴房、浴室柜、五金花洒等）、辅材（瓷砖胶、美缝剂、防水）、集成墙板、整装、生态石新材等“N”。东鹏的“1+N”多品类硬装产品整体交付，为消费者提供一站式硬装产品解决方案，通过卖空间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。

新产品。东鹏近年创新推出 800*2600 规格墙面岩板、国潮风、石墨烯智能岩板、免烧的陶瓷产品生态石等，引领行业趋势和进步。

Q：房地产行业政策拐点已现，行业关注地产销售和 demand 贝塔 β 改善、更关注公司阿尔法 α 提升，从 2022Q3 看，公司的毛利率整体优于同行业，2023 年还将通过什么举措，提升经营质量？

A：2022 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，实现了盈利能力和经营质量的提升，通过自身阿尔法 α 的改善来对冲行业贝塔 β 的下行。

2022Q3 毛利率较去年同期提升 3.08 个百分点，优于同行业上市公司 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。2022 年业绩预告披露，公司全年生产成本得到有效控制，毛利率较去年同期基本持平。2023 年公司将通过采购降本、管理降本、技术改造降本等，进一步降低制造成本，提升毛利率。

Q：公司推出“包设计、包铺贴”等服务措施，其中的“包设计”与家装公司的包设计有何不同？“包铺贴”的渗透率情况如何，公司如何激励经销商做“包铺贴”服务？

A：包设计“超会搭”是根据客户的需求，通过东鹏的驻店设计师为客户提供东鹏自有“1+N”硬装产品的搭配与空间设计。与家装公司总体设计不同，东鹏的设计师是对瓷砖和卫浴空间的深化设计。例如玄关、客厅、走廊、阳台、

厨房、卧室、卫生间等空间，选择哪种功能/性能的瓷砖（防滑、抗菌、空气净化砖、东鹏生态石等）或木地板，选择什么规格尺寸的岩板、瓷砖、瓷片，花纹如何搭配更美观，怎样做拼花、水刀加工等等，与家装公司直出效果图的设计不同，更加专业化。对卫浴空间，根据不同的卫浴空间、面积和风格需求，东鹏设计师做出东鹏卫浴产品（马桶、浴室柜、淋浴房等）+东鹏瓷砖产品等“1+N”产品的搭配和定制设计。

公司在行业内推出包铺贴服务“装到家”，目前已在全国 TOP50 经销商进行试点和推行，已有经销商落地并取得良好反响和效益，以产品整体交付的形式把产品+服务提供给消费者，提升了用户满意度的同时，也提升了客单值。2023 年行业向好，公司将持续推进包铺贴服务的落地。公司对试行及推行“包铺贴”业务的经销商会有一定的扶持和补贴，同时公司总部通过商学院提供有效培训，为经销商赋能；搭建工长会员体系，协助和推动包铺贴的落地。

Q：东鹏以零售为主、工程为辅，大 B 端占比不高，2023 年情况如何？减值情况如何？

A：公司地产战略工程大 B 业务总体规模不大，2022Q3 营收占比约为 12%，对单一地产客户的销售规模不大，客户较为分散，不存在对单一客户的依赖。随着地产行业复苏，公司在做好风险管控的前提下，将积极开拓大 B 业务，业务占比将有所提高。公司在 2021 年报计提了较为充分的资产信用减值，2022 年业绩预告中也提到拟适当计提房地产客户的应收信用减值。随着国家一系列扶持房地产行业的政策的落地，未来房地产企业的流动性问题有望得到改善。

Q：卫浴是公司的主营业务之一，对卫浴板块的发展是如何规划的呢？

A：东鹏除了瓷砖外，第二大业务是卫浴，东鹏卫浴是国产卫浴前 10 大品牌，公司卫浴的未来发展除了继续做好现有一、二线市场外，将进一步开拓三、四线和流通渠道市场，同时重点打造健康卫浴和定制卫浴的整体交付模式。东鹏的强项在瓷砖，目前 612 瓷砖（600*1200mm 规格）和新推出的一砖贴到顶的 826 墙面岩板（800*2600mm），用在卫生间非常时尚，还有防滑瓷砖、抗菌瓷砖、降甲醛瓷砖以及可发热的石墨烯智暖岩板，都可以用在卫生间。东鹏

	<p>发热岩板用在卫生间除了智暖，还可以快速干燥，改善卫生间潮湿环境。所以我们卫浴定位的比较清晰，结合瓷砖的优势打造整体卫浴空间的交付。</p> <p>Q: 今年的新增门店计划是怎样?</p> <p>A: 公司的优势是在于庞大的经销网络、门店和渠道，今年仍将精耕零售主战场，拓展工程带量。抓好存量门店的提质增效，做好空白市场增量开拓和渠道下沉。在当前市场环境下，提升存量门店的经营质量、提高单店产出，是提升业绩和利润的更加有效且重要的抓手。2023 年公司将打造以“商”为核心的客户提升体系，对经销商和门店进行诊断和提升，注入渠道新动力，聚焦增量提升。以东鹏“1+N”优势为抓手，从卖产品的思维向卖空间转变，为消费者解决一站式空间交付方案，提升单店产出和坪效。</p> <p>Q: 公司数字化覆盖水平如何?</p> <p>A: 公司积极开展数字化建设，提升数字化运营水平。目前数字化运营已覆盖公司总部、各生产基地、各子公司，尤其是清远、江西和重庆基地的数字化程度较高，进一步提升了公司精益运营能力。</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	2023 年 2 月 24 日