

蒙娜丽莎集团股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2023-004

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 checked="" 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 type="checkbox"/> 其他：_____
参与单位名称及人员	线上参与公司 2022 年度网上业绩说明会的全体投资者
时间	2023 年 4 月 10 日下午 15:00-17:00
地点	价值在线（ https://www.ir-online.cn/ ）
上市公司接待人员	公司董事、总裁萧礼标先生，董事、董事会秘书张旗康先生，董事、财务总监谭淑萍女士，独立董事杨望成先生，保荐代表人盛培锋先生。
投资者关系活动主要内容介绍	<p style="text-align: center;">1.公司将采取什么措施进行降本增效，提升公司的毛利率水平？</p> <p>答：您好！公司将持续采取提质降耗、降本增效各项措施，强化质量、能源、安全、成本、环保管理，加快数字化建设，提升管理效率，实现公司经营目标。谢谢！</p> <p style="text-align: center;">2.公司所在行业的竞争壁垒是什么？行业未来的发展趋势是怎么样的？</p> <p>答：您好！公司的行业竞争壁垒是创新、品质、品牌、渠道、规模。多年以来，公司搭建了创新体系，建立了创新队伍，开展了广泛的产学研合作，使得公司的创新能力在行业名列前茅。公司拥有注册商标蒙娜丽莎，这是行业内独一无二的品牌资源。经过多年的选择、培育，公司积累了行业内优质的经销商资源，渠道覆盖从一线城市到县镇。公司在广东、广西、江西有四大生产基地，产能位居行业第一阵营，有利于发挥规模经济效应，提升公司竞争能力。我们认为行业的未来，增长率趋于平缓，绿色低碳会成为基本色，行业集中度会进一步提高。谢谢。</p> <p style="text-align: center;">3.目前行业的竞争格局是怎么样的？公司在行业的地位是怎么样的？</p> <p>答：您好，感谢您的关注和提问。目前行业告别了增量时代红利，2022 年瓷砖行业销售规模对比 2021 年有较大幅度下降，竞争是加剧的，未来在存量及缩量时代，还是要从多方面提升公司管理能力，以管理求效益，更加</p>

注重品牌、品质、服务、研发创新等要素的提升，持续降本降费，提升综合竞争力。根据行业协会及行业媒体的报道，虽然近几年行业规模以上企业每年都有一定数量的企业退出，但行业总体产能并未明显下降，因为新建生产线或技改生产线，单条生产线的产能大幅提升，因此，集中度是在提升的，竞争是加剧的。顺应现代制造业发展趋势，蒙娜丽莎继续实施艺术化、绿色化、数字化、智能化战略，规划领先并持续进阶的高质量发展战略，以广东佛山、广东清远、广西藤县、江西高安四大生产基地为依托，以陶瓷砖、陶瓷板、岩板、瓷艺四大产品系列为主线，通过创新驱动、绿色发展，实现科技、人文、美学的高度融合，始终保持在行业一线品牌地位。

4.目前行业的下游需求情况是怎么样的？

答：建筑陶瓷行业空间十分广阔，国内市场规模超过 3000 亿元，目前受到宏观经济大环境以及房地产行业发展的影响，行业需求增长放缓，行业进入转型升级和整合阶段，在此背景下预计行业集中度会显著提升，头部优势企业将会受益。

5.2022 年计提给公司造成巨大损失，2023 年公司准备在风险控制方面采取哪些有效措施来控制此类风险？

答：您好，感谢您的关注和提问。2023 年公司将延续 2022 年风险管控政策，工程端方面加强应收款追收，加快现金流回笼及工抵房去化；经销网络方面，仍然会聚焦在填补空白市场，以及提振原有经销网络。经销渠道是现金流改善的重要渠道，今年公司将加大对经销端销售支持力度，提升经销端销售占比。

6.公司未来的发展方向？

答：您好！大瓷砖、大建材、大家居是公司的三大战略，现阶段以大瓷砖为主。谢谢！

7.目前公司在建筑陶瓷行业的市占率情况？未来将采取什么措施提升市场占有率？

答：您好，感谢您的关注和提问。陶瓷行业一直有“大市场、小企业”的特点，单个企业市占率不高，但近年来，蒙娜丽莎市占率在不断提升。全国一线和省会城市的城市化进程较快，经过十多年的发展，存量房产处于一

个比较高的水平，因此过去几年一线和省会城市的经销商销售体量比较平稳，近几年公司不断坚持经销渠道下沉，以地级市和三四线城市的发展提升带动销量的提升，从而不断提升公司的市场占有率。

8.公司产品是否有涉及智能家居行业？未来这一块的规划是什么？

答：您好！公司岩板主要用于厨具、家具、浴室柜等大家居领域的柜门、台面的装饰，以及发热陶瓷板，公司是陶瓷薄板（陶瓷大板、陶瓷岩板）领先行业多年，是公司的优势产品之一，岩板将在大家居领域进一步拓展市场空间。谢谢提问！

9.公司高管薪酬很高，以前公司盈利股民可以接受，2022年公司巨额亏损，公司高管薪酬仍然很高就不合适了，请问公司如何建立一套与业绩挂钩的薪酬体系？

答：您好，感谢您的关注和提问。2022年，在国内外多种因素及多重阻力影响下，行业发展整体下滑。公司管理层及时对公司经营思路及策略作出了相应的调整，制定各项降本增效措施，公司自上而下层层分解，高效执行落实各项防风险、保安全、降本增效措施。经营措施的适时调整，为企业生存争取了空间。从二季度开始，公司经营活动现金流明显改善、盈利水平得到一定恢复。最终，在2022年错综复杂的内外部市场环境中，公司经销渠道销售收入略有增长；降本增效方面，也取得了一定成绩。公司高管薪酬体系与企业各项经营指标考核相关，与经营结果挂钩。

10.面对地产景气度持续下行的情况，公司会采取什么应对措施？

答：您好！全渠道营销是公司的一大策略，公司重点在经销渠道深耕，一方面加大力度填补空白市场以及渠道进一步下沉，另一方面提升现有渠道质量，从而提升全渠道营销业绩；尽管地产行业景气度不高，但仍然有部分地产企业随着市场回暖，业绩有所提升，公司基于地产风险控制，对支付货款及时的房地产工程项目仍然会保持正常的供货，还有保交付工程项目也是公司业务稳定的一个方面，经销、工程双轮驱动始终是公司的销售战略。谢谢提问！

11.公司产品中原材料的占比有多大，原材料价格对公司成本的影响有多大？

答：您好！公司产品制造成本结构中，原材料成本随着价格的波动，占比约为 35%-42%。为应对原材料价格波动风险，公司大宗原材料全部采用招投标机制，力争把采购价格降到实处，合理安排重点物资采购时间和计划，通过各种措施稳定和降低采购价格；利用原材料的价格波动周期，在淡季增加储备量，降低采购成本。谢谢关注！

12.去附近专卖店了解到，今年一季度销售情况比去年同期好，咱们公司有信心 2023 年业绩优于去年吗？

答：您好，感谢您的关注和提问。2023 年第一季度，公司高管及经营团队实地走访多地经销商并考察市场复苏情况，今年公司将继续加大对经销端销售支持力度，不断提升经销端销售占比。公司全体同事也朝着 2023 年整体目标努力。谢谢！

13.面对能源和原材料价格居高不下的问题，公司采取了什么应对措施？

答：您好！为应对能源和原材料价格波动风险，公司一方面落实节能降耗，减少浪费，降低单位耗用，提升产品品质，降低产品成本；另一方面对大宗材料全部采用招投标机制，力争把采购价格降到实处，同时不断扩大供应面，合理安排重点物资采购时间和计划，通过集采提升议价能力，降低采购价格。谢谢您的提问！

14.公司是否能够将上游涨价传导给下游客户，传导周期是多久？

答：您好！公司材料价格上涨主要来源于能源价格影响，为应对价格波动，公司通过减费降本，提质增效，消化价格上升带来的不利影响。谢谢！

15.目前公司的产能情况是多少？产能利用率是多少？

答：您好，感谢您的关注和提问。上市以来，公司在原佛山生产基地、清远生产基地的基础上，新建了藤县生产基地并通过收购股权方式增加了高安生产基地，产能得到大幅提升，目前公司自主产能约 1.5 亿平方米。公司 2022 年产能利用率约 85-90%，2023 年情况要看市场的需求，后续如果市场转暖，有希望恢复甚至超过原来的产能利用率。

16.请介绍一下咱们公司 2023 年生产经营整体目标？

答：您好，感谢您的关注和提问。预计 2023 年行业有望好于 2022 年，希望通过公司的研发能力去开拓有创新点的产品，另外从生产端也做进一步

的优化来巩固盈利空间。谢谢！

17.公司预计采取什么方式开拓经销渠道？

答：您好！公司一直以来都注重一二线市场品牌渠道质量提升以及三四线市场品牌渠道下沉，每年对空白市场和渠道下沉都提出目标要求，作为对营销线的指标考核之一，近几年在这方面也取得了一定的成效，支撑了公司经销渠道业务稳定增长，公司将继续加大空白市场和渠道下沉的力度和投入，将延续以往的一城一策、一店一策的政策。谢谢提问！

18.公司有拓展境外的打算吗？未来境外销售的规划是怎么样的？

答：您好！公司一直以来都有产品出口，对取消反倾销的国家如巴基斯坦，公司及时抓住机遇对这类国家的主要城市找到经销代理客户，布局与建设蒙娜丽莎品牌专卖店，以自主品牌拓展市场，为长远业务稳定提升奠定基础。谢谢提问！

19.请问公司在 2023 年对基层经销商有什么更好、更有效的支持措施，调动基层经销商积极性促进销售任务更好完成？

答：您好，感谢您的关注和提问。公司经过多年经销渠道持续建设，已取得较好的成效，后续还会继续加大力度提升。公司目前更加侧重加强数字化建设，希望通过数字化赋能产供销，盘活和降低公司和经销商库存，优化产品品类，提升效能，从而更好地支持经销商业务发展。谢谢！

20.公司的微笑铺贴是在试点还是已经全国铺开？进展如何，微笑铺贴单量占总单量多少？

答：您好！微笑铺贴试点已取得一定成效并总结出一些经验，正全国推广，目前微笑铺贴单量占总单量还不是很高，但由于微笑铺贴可以确保一次性验收交付，带来良好的口碑，对增加业务订单有益，已有越来越多经销商主动推广。谢谢提问！

21.请您介绍一下公司数字化建设的主要内容，谢谢。

答：您好，感谢您的关注和提问。公司以数字化建设为抓手，加快企业转型升级；以科技创新为根本，增强企业的市场竞争力；以市场营销为龙头，提升终端市场占有率。其中，通过推进数字化建设，提升管理效能；搭建数字化产销协调系统，提高了产销整体协同度，强化与终端客户的信息互通互

	<p>联，智慧门店终端推广系统和设计云平台等工具的应用得到进一步提升；探索智慧物流服务，为后续发展奠定数字化基础优势。2022年，公司被评为“佛山市数字化智能化一级示范工厂”、“2022年佛山市工业互联网应用标杆企业”。公司始终坚持以数字化赋能产供销发展。谢谢！</p> <p>22.自2017年12月公司股票上市以来，我已连续好几年反复操作公司股票，而且只操作这一只股票，可以说已经有了很深的感情，希望公司能够搞好生产经营平稳健康发展，让我也能够长期操作咱们公司的股票与公司共成长。</p> <p>答：您好，感谢您的长期关注和支持，公司将一如既往的、脚踏实地的经营好企业，回报您的信任。谢谢！</p> <p>23.在当前行业竞争加剧的情况下，请问公司如何避免卷入价格战中？</p> <p>答：建筑陶瓷作为耐用消费品，产品创新及品质还有品牌是企业竞争的主要方面，公司会一如既往的在相关方面加强竞争优势，以创新差异化产品及服务切入市场，减少甚至避免同质化价格战。谢谢！</p> <p>24.今后瓷砖市场竞争会越来越激烈，风险机遇并存，希望公司能持续加强对市场需求和客户情况的的调研分析，及时把握市场发展动态和客户经营状况，拿出对策做到快速有效应对，保障公司平稳健康发展。</p> <p>答：您好，公司将加大品牌建设力度，进一步提升蒙娜丽莎的品牌形象和知名度；继续深化全渠道营销战略，形成全方位、多业态的渠道模式，为业务持续增长奠定基础；通过渠道下沉，快速向乡镇级市场渗透，加快门店建设、门店升级和网络布局；加大陶瓷大板、薄板、岩板的市场推广和应用力度。感谢您的关注，谢谢！</p>
<p>附件清单（如有）</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2023年4月10日</p>