

## 蒙娜丽莎集团股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

编号：2023-005

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 type="checkbox"/> 其他：_____
参与单位名称及人员	安信证券、大家资产、丰岭资本、富国基金、广发基金、广发证券、国海证券、和谐汇一、华安资产、华泰证券、汇添富基金、民生证券、南方基金、盘京资产、鹏华基金、前海联合、前海人寿、人保养老、人保资管、融通基金、太保资产、太平资产、泰康资产、信达澳亚、兴业证券、银河基金、永赢基金、长城基金、长江建材、招商证券、中金基金、中欧基金、众安保险（排名不分先后）
时间	2023年4月12日上午9:00-10:30、10:30-12:00 2023年4月13日上午9:00-10:30、10:30-12:00
地点	蒙娜丽莎大厦会议室
上市公司接待人员	公司董事、董事会秘书：张旗康
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、主要交流内容如下：</p> <p><b>1、2023年春节后复工复产情况，房地产复苏情况？</b></p> <p>答：春节过后一线员工返工率较往年高，今年对社会经济总体看法是谨慎乐观，经销端恢复好于战略工程业务，战略工程业务更多是受风险管控影响，还要结合经济复苏、消费者购买力恢复和房地产流动性改善情况，一二线城市部分改善型需求有所好转，看房热度好于2022年同期，同时我们也希望整个经济社会活动能够有序恢复到以前的水平。</p> <p><b>2、国际油气价格有所下降，今年国内能源价格情况如何看待？</b></p> <p>答：去年燃料动力价格都在高位运行，天然气、煤炭、电力同比增幅较大，给企业经营带来很大压力。今年一季度煤炭天然气电力价格没有明显下降，尽管国际油气价格有所下降，但传导到国内会滞后，煤炭价格略有下降，但是降幅不是很大。</p> <p><b>3、如何看待整装业务？</b></p> <p>答：整装业务是房地产精装修后一个关注度比较高的赛道。公司目前主</p>

要是分经销业务和战略工程业务，小 B 业务分布在全国各地，需要落地服务，更多是要发挥现有经销渠道的服务优势，在抓住整装业务机遇的同时要关注业务风险。

#### **4、今年降本增效的空间？**

答：过去 20 多年，伴随着房地产行业发展，陶瓷行业一直处于增量时代，享受了增量时代的红利。去年因为整个经济环境的影响，国际局势复杂，大宗材料尤其是燃料能源电力上升幅度是比较大的，倒逼行业去思考和挖掘降本增效措施，公司也大力推进各项降本增效措施，也取得一些成效，但依然无法对冲能源和电力价格上涨带来的成本上涨。降本增效措施的效果是逐步体现，而且公司也还在继续挖掘降本增效的空间。

#### **5、经销端市场有何趋势性的变化？**

答：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，经销商信心普遍有较好提升。部分高端大卖场陶瓷品牌进驻门店数量有所减少，有受前几年大环境的影响，同时也受店面租金逐年上涨的影响，部分陶瓷企业难以承受而选择退出。公司这几年对经销网络的拓展还是给予了很大的支持力度，所以在 2022 年这么艰难的一年，经销业务营收还实现略微增长，后续还是要继续大力拓展经销网络，不断优化经销业务和战略工程业务的销售占比结构，使公司持续稳健经营。

#### **6、如何看待设计师渠道？**

答：设计师渠道是一个偏向高端的客户群体，打造巩固设计师渠道需要对产品创新提出更高的要求，如果企业不能持续产品创新引领，则企业在设计师渠道也难以长期持续。

#### **7、数字化如何赋能经销商？**

答：数字化涉及企业经营的各个维度，比如：有利于降低陶瓷企业产品的 SKU，陶瓷品牌企业 SKU 普遍比较多，庞大的 SKU 给企业排产、库存周转都造成一些问题。数字化也有利于打通生产企业和经销端，降低和盘活经销商库存，赋能经销商。数字化是一个长期的工作，对生产端和综合管理方面也会有很大提升，公司也是在逐步推进。

#### **8、去年外协的量有所下降，今年如何看待？**

	<p>答：去年整个市场需求也是下降的，公司去年外协的量有所下降，但依然保持一定的数量，虽然公司产品品类丰富，自主产能得到大幅提升，但一些配套类、补充类的产品，还是需要利用社会资源进行补充。</p> <p><b>9、2023年B端和C端如何规划？</b></p> <p>答：B端方面，公司将侧重于违约风险低、账期短的优质地产客户，降低经营风险，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；C端方面，经历过去几年渠道持续下沉，经销渠道得到大幅提升，但相较同行还有提升空间，2023年公司仍将持续渠道下沉策略，积极开拓空白市场，提升现有渠道质量，不断提升C端销售占比。</p> <p><b>10、2023年度经营目标？</b></p> <p>答：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，经销商信心普遍有较好提升，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，完成公司既定目标。</p> <p><b>11、后续会有更多同行上市，对公司有什么影响？</b></p> <p>答：更多同行上市后，经营信息更透明化，公司可以对标分析，促使公司不断提升经营质量。告别行业增量时代红利，竞争是加剧的，未来在存量及缩量时代，公司需从多方面提升管理效益，持续降本降费，提升综合竞争力。</p> <p><b>12、高安子公司去年盈利较其他基地好的原因？</b></p> <p>答：华东市场是公司重要的销售市场，高安基地距离华东市场较近，在运输方面也有优势，有一定的竞争优势。受经济下行消费降级影响，高安基地的产销率比较高，同时，高安基地降本增效方面开展较好，成本同比有所下降。</p>
<p>附件清单（如有）</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2023年4月13日</p>