

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： 2023-05

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	通过全景网路演平台参加东鹏控股 2022 年度网上业绩说明会的投资者。
时间	2023 年 5 月 8 日 15:00-17:00
地点	东鹏控股总部大楼 25 楼会议室、全景网路演平台（网络远程方式）
上市公司 接待人员姓名	董事长兼总经理何新明；董事、副总经理、财务总监包建永；独立董事许辉；董 事会秘书兼副总经理黄征；保荐代表人周挚胜。
投资者关系活动 主要内容介绍	<p>公司于 2023 年 5 月 8 日（星期一）下午 15 点至 17 点举行 2022 年度网上业绩 说明会。本次业绩说明会采用全景网路演平台网络远程的方式举行。</p> <p>一、董事长致辞：</p> <p>尊敬的各位投资者及所有关心支持东鹏控股的朋友们：</p> <p>大家好！</p> <p>欢迎参加广东东鹏控股股份有限公司 2022 年度业绩说明会，很高兴通过全景 网的平台与大家进行交流。我谨代表公司董事会、管理层和全体员工，对大家 的关注和参与表示衷心感谢！</p> <p>2022 年，东鹏迈入 50 周年，成为北京冬奥会和冬残奥会官方瓷砖供应商，践 行高质量发展，荣获“广东省政府质量奖”，是建筑卫生陶瓷行业唯一获得该届 奖项的企业。</p> <p>2022 年公司持续提升运营效率和质量。虽然受到经济增速放缓、房地产企业 流动性承压、原材料及能源等大宗材料价格大幅上涨等不利因素影响，公司积极推</p>

动“强化零售、服务升级、精益运营、降本增效、数字驱动”五大重点工作，厚植深耕，效率领先，实现营业收入 69.30 亿元，归属上市公司股东净利润 2.02 亿元，同比增长 31.50%，毛利率 29.73%，同比提升 0.16 个百分点。

2023 年一季度公司实现“开门红”。公司营业收入同比增长 18.46%，归母净利润同比增长 101.53%，经营活动产生的现金流量净额同比增长 133.67%，毛利率较去年同期提升 1.39 个百分点。

2023 年，国内经济发展企稳向好，建陶卫浴行业需要抓住新基建、新型城镇化、新国潮、新消费和绿色低碳等新机遇，伴随行业复苏，实现稳健发展。公司坚持“一体两翼”的特色发展战略，坚定发展瓷砖主业不动摇，同时持续提升卫浴及生态新材的核心竞争力。

今天，我们诚挚希望通过本次交流，让广大投资者更加深入的了解东鹏控股，同时希望大家能畅所欲言，多提宝贵意见和建议，我们将就大家所关心的问题认真解答和交流。

谢谢大家！

二、问答环节内容如下：

问题 1：2023 年一季度东鹏瓷砖板块零售和地产工程业务增速较高，同行业公司却表现一般，原因是什么？

回答：您好！2023 年一季度公司实现“开门红”主要得益于：

1、公司持续提升运营效率和质量。2022 年以来，在原材料、能源等大宗材料价格大幅上涨、行业低迷等情况下，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 的改善来应对行业 β 的下行，生产成本得到有效控制，2022 年报显示，公司毛利率较去年同期提升 0.16 个百分点。去年底国家推出一系列房地产业扶持政策，行业开始复苏 β 回升， $\alpha + \beta$ 双改善，将有利于公司业务的发展。

2、东鹏零售业务端较强，利润和现金流较好，且去年和今年对应收款项计提了较为充分的减值准备。未来有能力承接更多的相对低风险的地产工程建材供应项目，有利于东鹏工程业务端的较快增长。

2023 年一季度，公司营业收入同比增长 18.46%，归母净利润同比增长 101.53%，

经营活动产生的现金流量净额同比增长 133.67%。公司瓷砖事业部零售渠道同比增长 46.47%，战略工程渠道同比增长 90.48%；产品结构持续改善，毛利率相对较高的中大规格产品在零售渠道占比提升至约 55%；成本方面，进一步落实采购降本、技改降本、效率降本多项成本优化措施，提升优等品率以及降低损耗，落实严控非经营性开支、严控中后台部门费用等多项费用管控措施，并取得一定成效。公司毛利率较去年同期提升 1.39 个百分点，营销和管理费用占收入比较去年同期降低 11.07 个百分点。

感谢您的提问！

问题 2：瓷砖产品同质化比较多，东鹏怎么解决产品的差异化和同质化问题？

回答：您好！公司主要通过以下方式解决东鹏产品与竞品之间的差异化问题：

1、持续保持东鹏产品的优良品质。2022 年，东鹏迈入 50 周年，成为北京冬奥会和冬残奥会官方瓷砖供应商，践行高质量发展，荣获“广东省政府质量奖”，是建筑卫生陶瓷行业唯一获得该届奖项的企业。公司是历史最悠久的建陶企业之一，植根于佛山千年陶文化土壤，公司有着深厚的建陶底蕴和文化遗产，品牌、产品和服务具有综合核心竞争力，得到了市场、用户和社会的长期检验、认可和信赖，“东鹏”是产品品质和优质服务的名片。东鹏瓷砖/板产品具有低吸水率、耐磨、厚度厚强度高、原料优等特点。

2、东鹏持续进行服务创新，以“产品+服务”的模式解决客户痛点，满足客户对品质、效率和服务的多重追求，不断提高产品竞争力和品牌美誉度。推出“东鹏超会搭，墙地装到家”交付一站式服务，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，从产品思维向空间思维转变，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。

3、借助“1+N”多品类优势，提供一站式硬装产品解决方案。公司拥有瓷砖、卫浴、集成墙板、木地板、涂料、辅材等系列产品 and 整装家居业务，具备“1+N”多品类优势。

4、坚持产品创新。公司持续推出降醛、抗菌、防滑、超高耐磨、墙面岩板、石墨烯智暖岩板、免烧生态石、装配式卫浴等创新性、个性化和低碳绿色产品，以及干法制粉等创新生产工艺，引领行业进步和转型。

谢谢您！

问题 3：作为东鹏控股 A 股小股东，家里新房装修用你们的产品可以有大优惠大折扣么？

回答：尊敬的投资者，您好！公司产品品质优良、品类丰富，能为消费者提供瓷砖/板、卫浴（卫生陶瓷和卫浴产品）、木地板、涂料、集成墙板、辅材（防水、瓷砖胶、美缝剂）、生态新材和整装家居等一站式硬装产品解决方案。同时公司拥有遍布全国的营销门店、网点以及电商线上渠道，会适时推出丰富多样的促销活动，欢迎您关注和选购，谢谢您！

问题 4：2022 年公司产品 SKU 数量及管理情况如何？

回答：您好！公司瓷砖、卫浴等产品品类丰富，SKU 数量众多，近年通过产品聚焦，控制各个渠道主菜单 SKU 数量，目前 SKU 约 800 个左右。战略地产工程端业务体量大，交付周期要求严格，且多为定制化需求，需要对板后生产。家装大包渠道公司为客户提供了不同系列的产品系列菜单，家装公司可在其中选择，公司自主性会高一些。谢谢您的提问！

问题 5：现在都要求推行低碳环保，公司在这方面有哪些规划或举措？

回答：您好！公司以“低碳东鹏，绿建先锋”为总体定位，积极应对双碳政策，成立行业首个低碳发展战略委员会，牵头制定东鹏低碳发展战略的顶层设计以及路线图、低碳发展可执行性方案、开展减碳专项课题研究以及战略落地、指导各生产基地开展降碳工作、开展碳配额管理下开展减碳和碳交易的战略布局等，力争作为建材行业代表率先完成碳达峰，成为行业减碳先锋。东鹏大力推进绿色制造和绿色发展，是工业和信息化部列入的第一批绿色工厂示范单位，通过引进数字化智能制造、系统化减排、生态石产品、光伏发电、回收利用五大行为，不断升级绿色制造。设立生态新材料公司，通过研发和销售生态新材料，引领行业低碳绿色转型，对免烧制的生态石等绿色产品投入研发和产业化，生态石江西湖口基地按计划建设中。谢谢您的关注！

问题 6：董秘你好！公司近期在品牌建设方面有哪些创新举措呢？

	<p>回答：您好！东鹏在品牌营销上保持与时俱进，持续推进品牌年轻化和国际化。东鹏坚持门店数字化建设，除了现有完善的门店形态矩阵外，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。同时，在行业内率先探索数字虚拟人“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。东鹏持续关注电商和短视频平台等流量入口，新零售业务在瓷砖行业多年来保持领先，与线下门店形成高效联动，打通消费者购物旅程的全数字化管理。谢谢您！</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5月8日