

蒙娜丽莎集团股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2024-001

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 checked="" type="checkbox"/> 其他：电话会议
参与单位名称及人员	百年保险资管、博大科技金融、晨翰私募基金、创金合信基金、淡水泉投资、广发证券、方正富邦基金、富国基金、高熵资管、工银理财、工银瑞信基金、光大保德信基金、贵源投资、国海富兰克林基金、国泰君安证券、国赞私募基金、海宁拾贝投资、海曙国有资本投资、海通证券资管、合煦智远基金、红杉中国、华泰证券资管、华西基金、寰泰私募基金、汇添富基金、惠升基金、嘉实基金、建信理财、进门财经、泾溪投资、景熙资管、九泰基金、君阳私募基金、康腾投资、南方基金、鹏万投资、平潭天添资管、朴信投资、朴易资管、浦银安盛基金、前海唐融资本投资、青骊投资、人寿资产、睿远基金、上汽顾臻资管、天时开元股权基金、循理资管、银叶投资、永赢基金、涌德瑞炬私募基金、长安基金、长城财富资管、长城人寿保险、长江证券、招商基金、招商证券、中国人寿资管、中金公司、中金证券、中科沃土基金、中欧基金、中顺纸业、中信保诚基金、中信证券、中银证券（排名不分先后）
时间	2024年4月27日上午9:00-10:00、10:30-11:30
地点	电话会议
上市公司接待人员	公司董事、董事会秘书：张旗康，董事、财务总监：谭淑萍
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、简要介绍年度和一季度经营情况。</p> <p>答：2023年度公司合并营业收入592,079.04万元，同比下降4.94%；归属于上市公司股东的净利润26,623.84万元，同比增长169.93%。主要原因为：公司经销业务收入增长6.17%，战略工程业务收入下降20.21%，使公司整体营业收入同比有所下降。因加强风险管控，房地产客户应收款项信用减值损失同比减少；加强存货管理，提高周转效率，减少呆滞库存，资产减值损失同比减少；同时，报告期内，公司持续推行各项减费降本、提质增效措施，产品毛利率提高，期间费用同比下降。公司加强风险管控，经营活动现金流改善明显。</p> <p>2024年一季度，公司合并营业收入81,812.60万元，同比下降25.72%，其中经销业务收入58,229.57万元，同比下降15.01%，工程战略业务收入</p>

23,583.03 万元，同比下降 43.35%。归属于上市公司股东的净利润为 963.50 万元，同比增长 39.63%。

二、主要交流内容如下：

1、结合 2023 年减值情况，过往存量合作房地产客户是否还会有应收账款计提风险？

答：在房地产暴雷后，公司及时对销售模式做出调整，经销渠道收入占比不断提升，战略工程业务收入占比不断下降。2023 年度公司结合各房地产风险变化情况，根据有关政策和规定对部分房地产风险等级进行了调增。后续公司将持续关注房地产经营情况和风险情况，评估应收账款可回收性，并根据会计准则处理。

2、公司前期降本增效取得较好成效，且越往后面降本增效空间越有限，2024 年竣工端压力较大的情况下，经营是否会面临新的压力？

答：2023 年毛利率逐季改善，主要是公司降本增效措施效果逐渐显现，2024 年一季度毛利率同比也提升了 2 个多点。行业步入存量甚至缩量时代，竞争的压力一直存在，降本增效提升竞争力将是常态化工作。

3、2024 年行业如何展望？

答：展望未来仍保持谨慎乐观，一方面房地产行业调整还在持续中，另一方面中国是一个人口大国，国内存量房地产市场规模很大，作为创新引领、注重品质、在市场和行业有一定品牌影响力的蒙娜丽莎，优势就是创新、品质。如果消费持续降维，公司将围绕提质增效，改善毛利率等方面不断优化。后续将持续优化销售结构，提升经销渠道收入占比，战略工程业务坚持风险控制原则。

4、2024 年一季度毛利率提升的原因？

答：2024 年一季度毛利率同比提升主要是公司从 2022 年以来持续开展降本增效措施，效果逐渐显现。

5、未来行业出清情况如何看待？

答：近几年房地产的回落，需求收缩，进入缩量时代陶瓷行业竞争激烈，据媒体报道行业产能利用率也在下降。虽然规模以上企业数量减少不多，这是法律工商注册实体还存续，但从实际生产制造的角度看，开窑率是下降较

多的。

6、陶瓷行业出海情况，公司是否有这方面打算？

答：陶瓷产品本身重物体运输费高的属性，陶瓷出口一直面临运输费占比高的问题。近几年在关税、反倾销等影响下，以及国内房地产行业调整影响，国内陶瓷行业产能过剩，确实有一些企业尝试“走出去”国外建生产基地。国外投资建生产基地可以有效应对关税、反倾销等各项不利影响，还可以解决陶瓷重物体运输费高的问题。而且部分产能转移地东南亚、非洲等地区，正处于高速发展的大建设时代，对陶瓷需求较大，吸引了部分产业资本到这些国家布局建生产基地。公司目前暂时还没有国外建生产基地的计划，后续如果有这些安排，将按照有关规定进行披露。

7、2023 年大板薄板销售金额和销售占比下降的原因？

答：房地产的回落，需求收缩，进入缩量时代陶瓷行业竞争激烈，2023 年消费更加谨慎，更加追求性价比，中低端产品更加畅销。2023 年陶瓷大板薄板销售金额与公司总营业收入均有所下降，陶瓷大板薄板销售数量还是平稳，主要还是价格有所下降的原因。

8、2024 年经销商专卖店开拓展望？

答：2023 年经销商开拓情况和专卖店新增情况不如往年，经销网络开拓难度还是非常大，终端经销商投入还是比较大，经销客户新建专卖店投入比较谨慎，也反映了大家对未来信心问题。2024 年公司还是会加大力度去开拓经销商和专卖店，选择优质经销客户。

9、2024 年一季度经销业务和战略工程业务都有所下降，原因？

答：2023 年一季度销售还处于比较好的季度，相对高位。2024 年一季度销售业务总体是延续 2023 年第四季度的态势，整体需求还是比较疲软。

10、战略工程业务、零售业务、家装、整装等细分情况是怎么样？

答：公司销售模式主要分为经销业务和战略工程业务，一些地方性房地产和政府学校等公建项目以及家装、整装等供货和服务，还是需要由当地经销商落地去完成。

11、2024 年产品销售价格展望？

答：近几年房地产的回落，需求收缩，进入缩量时代陶瓷行业竞争激烈，

	<p>建筑陶瓷产品销售价格总体呈下降态势，后续还是要围绕创新、品牌、品质、降本降费、提质增效等方面加大力度。</p> <p>12、行业产能及销量展望？</p> <p>答：近几年房地产的回落，建筑陶瓷行业进入缩量时代，行业竞争激烈，据媒体报道行业产能利用率和产量连续多年也在下降的。需求收缩，竞争加剧，行业进入微利时代，叠加碳达峰、碳中和、能源双控等政策对建筑陶瓷行业产生影响，有可能会改变陶瓷行业的生态，塑造新的竞争格局。</p> <p>13、保交楼情况，销售占比情况？</p> <p>答：地产保交楼项目，公司也有在开展合作，因此公司房地产业务今年虽然下降，但依然有一定的体量，这其中也是做了一部分保交楼项目。对战略工程业务，公司坚持加强风险管控，加强应收账款催收。</p>
<p>附件清单（如有）</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2024年4月27日</p>