

蒙娜丽莎集团股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2023-016

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	平安证券、前海鸿富投资、吴辉玲、林雪玲、刘佳嫫、陈韦良、麦坚永、陈威宇、姚彦、陈天辉、朱玉媚、丁业成、刘宏欢、何建波、林耿龙、黎伟红、袁晓准、张斌、谢思红、崔振坚、赵学军、齐人斌、冯泳琳、梁颖芊、梁杰同、高君梅、何芸、赵宇轩、夏泽奎、邹开贵、张世一、王湘、马颖、罗鸿焘（排名不分先后）
时间	2023年11月29日下午15:00-17:00
地点	蒙娜丽莎智能家居公司会议室
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 style="text-align: center;">一、参观蒙娜丽莎智能家居展厅</p> <p style="text-align: center;">二、主要交流内容如下：</p> <p style="text-align: center;">1、目前房地产行业处于下行周期，公司管理层对于房地产市场未来如何看待？公司未来如何应对？是否考虑过转型或者进军其他行业？</p> <p>答：房地产行业下行大家都有预判和预期，房地产行业无法回到过去高速增长的时代，公司今年对房地产的精装修工程依然是强风险管控的管理理念，并根据战略合作落地到每一个项目，利用社会资源整合。从去年到今年看，虽然国家前期推出了稳房地产的政策，包括房地产直接和间接融资的政策，消费者购房政策等，但地产的流动性问题并未完全好转，主要还是消费者购房需求尚未恢复，房地产销售和回款从去年和今年都呈下降趋势。即使后续经济复苏，但地产也可能存在缩量或维持目前体量。国内房地产行业还是一个很大的行业，对建筑陶瓷的需求还是很大，行业集中度在不断提升。公司坚持以“大瓷砖、大建材、大家居”为发展战略，做强做大陶瓷主业。近几年，受房地产调整和部分房地产企业暴雷影响，短期内还是要以提升自身管理为主，确保收入和利润高质量发展，公司对一些外部合适优势项目也</p>

会保持关注。

2、公司在持续优化销售结构，下沉渠道网络，目前大概是一个什么样的情况？

答：公司销售模式主要分为经销业务和战略工程业务。经销业务方面，公司坚持实施渠道下沉策略，积极开拓空白市场，提升经销业务占比，1-9月公司经销渠道保持稳定增长，而战略工程业务营业收入同比是下降的，销售结构不断得到优化。

3、请简单介绍一下公司三季报的经营业绩，以及是否有新动向？

答：2023年1-9月，公司实现合并营业收入45.45万元，同比下降3.17%，归属于上市公司股东的净利润3.33亿元，同比增长190.35%。公司调整和优化销售结构，1-9月公司经销渠道保持稳定增长，实现营业收入289,824.48万元，同比增长9.13%，渠道工程营业收入164,684.42万元，同比减少17.23%。公司围绕提质增效，毛利率等方面不断改善。

4、行业出清的背景下，公司目前市场地位如何？以及主要的竞争对手是？

答：建筑陶瓷行业的产能出清与水泥、玻璃不同，陶瓷行业的产能出清相对缓慢，近几年行业规模以上企业数量确实有所减少，部分产能退出，但部分头部企业过去几年新建和技改也有在扩产能，行业总体产能并没有明显下降。受多方面因素影响，今年部分产区产能利用率不足，但也有部分产区产能利用率是比较高的，公司四个基地中高安、藤县产区产能利用率较高。行业产能过剩的情况下，竞争还是很激烈的，在需求下行期，部分产品价格同比也是有所下降。陶瓷行业面临的竞争不单是行业内部企业同类产品的竞争，也同样面临着其他产品的替代竞争，当然陶瓷产品也在替代其他部分产品。

5、公司使命“美化建筑生活空间，为员工、客户和社会创造更大的价值”，是如何理解，有哪些体现？

答：这个话题涉及面比较广泛，公司使命、愿景、核心价值观是公司在早些年组织管理层专题讨论得出来的，这些使命、愿景、核心价值观指导我们在经营过程中的各项政策和制度，是我们每一位蒙娜丽莎人的行为准则。

公司不断追求美化人类建筑与生活空间，通过这项事业来成就员工和客户，并以社会接受和倡导的方式为社会创造价值，从而赢得信赖。针对员工的价值体现在：高于市场平均的物质回报（工资、福利、工作和生活条件）的同时，提供公平、充分的个人学习成长机会；通过关爱、尊重带来愉快和谐的人文环境；提供个人展现才干实现价值的平台和机会。针对客户的价值体现在：终端用户——优质的产品、愉快的体验；渠道客户——优质的服务、盈利的机会、利益共同体。针对社会的价值体现在：低碳、环保、节约、纳税、美化环境等，并积极推动符合以上价值的新型材料的应用和社会慈善事业。

6、公司目前是否有考虑股权激励或者员工持股计划？

答：为充分调动公司中高层管理人员、核心技术（业务）人员以及相关员工的积极性，使其更诚信勤勉地开展工作，以保证公司业绩稳步提升，确保公司发展战略和经营目标的实现，公司过往也做过多次股权激励，比如上市前成立的美尔奇合伙持股平台，上市后开展的股票期权计划和限制性股票激励计划，2022年也开展了股份回购。后续如果有股权激励安排，公司将按照有关规定进行披露。

7、公司目前是否有海外业务？情况如何以及公司是否有关注一些上下游并购？

答：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运输费高的问题。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。公司坚持以“大瓷砖、大建材、大家居”为发展战略，做强做大陶瓷主业，短期内还是要以提升自身管理为主，确保收入和利润高质量发展，公司对一些外部合适优势项目也会保持关注。

8、公司拥有四个生产基地，从半年报也可以看出营收主要来源于华东和华南。后续是否有计划加大北方市场的开拓？是否有计划加大海外收入来源，比如亚非拉等国家？

答：公司营收按区域划分，华东和华南占比较大，北方市场占比后续能

	<p>否增长，更多取决于各地区发展规划和城市建设所处阶段。近几年在关税、反倾销等影响下，公司陶瓷产品海外收入占比比较低，陶瓷属于重物体，运输费也是制约出口的一个影响因素。后续陶瓷行业是通过海外投资建生产基地还是品牌合作共享市场，或者是并购海外已有品牌企业的模式，大家也在探讨，也有企业在尝试。</p> <p>9、广东陶瓷行业碳交易推进情况，2024年是否会实施，会有怎样的影响？</p> <p>答：这个问题是各方都非常关注的，我们也有关注到一些公开的法规政策，包括地方的法规政策，也参与了一些协会和政府部门的陶瓷行业碳交易情况的调研。广东省已经将建筑陶瓷纳入到2024年的碳交易目录，但是还没有获悉有偿的碳交易的比例。碳达峰、碳中和政策有可能增加企业的成本，会改变陶瓷行业的生态，塑造新的竞争格局。</p>
<p>附件清单（如有）</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2023年11月29日</p>