

# 深圳中天精装股份有限公司

## 投资者关系活动记录表

编号：2020-008

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 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-腾讯会议
参与单位名称及人员姓名	中欧基金 王健 袁维德 许崇晟 中银基金 王睿 杨庆运 张驰成 交银基金 杨浩 沈楠 睿远基金 吴非 银河基金 神玉飞 上投基金 龚文伟 万家基金 李杨 国金证券 赵旭翔 黄莎
时间	2020年8月25日 13:30-16:00
地点	腾讯会议
上市公司接待人员姓名	董事长乔荣健
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>1、请总结一下公司的核心竞争力？</b> 公司最主要的核心竞争力是长期稳定的质量，另外优选客户、精细化管理也是公司的核心竞争力。</p> <p><b>2、质量的体现维度是什么？</b> 最重要是获得下游客户的高度认可，我们一直是主要客户的最佳供应商，进入前五大客户的第一合作阵营，积累的市场声誉与口碑是来年业务的重要保障！其次是小业主的认可，根据公司的统计结果，我们装修房屋的户均问题数非常低；最后从维修的维度来看，如果质量不好，就需要支出大量的维修费用，目前国家规定的保修金比例是3%，公司多年统计出来的维修成本支出在1%左右。</p> <p><b>3、公司怎么做到质量优秀的？</b> 公司2007年开始，十三年年如一日。心无旁骛，专注于批量精</p>

装修业务，收入占比长期在99%以上。公司产品的质量定位是中端，市场规模大、可复制性强，具备精细化管理的充分条件。加上有样板房参考、图纸准确计算，可拆分的单元很细，这方面公司就像一个工厂，能标准化管理、精细化管控。

#### 4、公司精细化管理很有特色，是否有系统支持？

公司高度重视系统建设，较早就成立专门的IT部门开发出具有行业与公司特色的系统与软件，效果很好，对公司的精细化管理起到不可或缺的作用。上市募投项目中包含6000多万的信息化建设项目，公司会加大这方面的投入。

#### 5、公司怎么开拓市场？

批量精装修业务的客户集中度相对高，这些客户对供应商的选择条件严格，准入门槛高。过去就是依托与客户形成的良好合作关系而获得持续的项目机会。2017年公司只有5个营销人员，现在我们重视营销，扩充了营销队伍、提高营销水平、改变客户结构，跟随主要客户进行地域扩张、全国布局。

#### 6、在住宅领域，装配式装修的发展？

装配式装修为行业方向，公司在募投项目中做了相应的规划，将推动装配式装修的技术研发与储备工作。但我们认为装配式的技术复杂程度高，目前并不具有明显的成本优势，在批量精装修市场大规模的产业化、全面落地可能还需要很长时间。

#### 7、今年客户现金流，也就是公司回款情况如何？

房地产市场长期调控，不会有大的起伏，房地产企业在调控中成长壮大。我们一直优选项目与客户，公司负债率低、安全边际高，市场的调控可能使得公司的市场占有率还会提高。

公司是按照零售行业的标准管理企业现金流，追求经营性现金流入覆盖营业收入、经营性现金流净额覆盖净利润，尽管目前还有一定差距，但是我们一直在努力。

#### 8、请介绍一下批量精装修领域的经验壁垒？

举几个主要的：一个是技术风险，公司主要从事批量精装修，重要施工程序和主要材料在单个项目的不同装修房屋之间大量重复，因此，在施工工艺或材料上存在的缺陷往往会导致整个项目存在相同的质量问题，一错百错，一个小的失误可能就是一个质量事故。另外一个就是工期风险，工期长短都会影响项目施工与项目毛利，需要去勘探现场以及与甲方沟通。还有就是造价风险，对材料、人工价格走势要有预判。以上均需要长期、深入的积累。

#### 9、现在精装修的渗透率大概有多少？

市场缺乏权威的统计，但综合各方面信息来看，全国大概在20-30%之间，与发达国家80%以上的比例差距很大；另外不同区域的发展是不平衡的。住宅精装修具有节能、环保的显著特点，国家政策层面一直鼓励支持住宅精装修行业发展，我们希望健康、有序的良性发展。

	<b>10、 公司的利润率能保持稳定吗？</b> 公司努力追求毛利率、净利率的相对稳定，避免大的起伏。我们要靠增加附加值与竞争力去占领市场，而不会进行恶性竞争。
附件清单（如有）	
日期	2020年8月25日