

广州广日股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2018-02

投资者关系 活动类别	1、特定对象调研 <input checked="" type="checkbox"/> 2、分析师会议 <input type="checkbox"/> 3、媒体采访 <input type="checkbox"/> 4、业绩说明会 <input type="checkbox"/> 5、新闻发布会 <input type="checkbox"/> 6、现场参观 <input type="checkbox"/> 7、路演活动 <input type="checkbox"/> 8、其他 <input type="checkbox"/>
形式	1、现场 <input type="checkbox"/> 2、网上 <input type="checkbox"/> 3、电话会议 <input checked="" type="checkbox"/>
参与单位 名称及人员	Mingkun Chan (Cobas Asset Management)
时间	2018年2月2日下午 15:00-16:00
地点	广州市天河区珠江新城华利路59号保利大厦东塔13楼会议室
上市公司 出席人员	杜景来董事会秘书/副总经理、巴根证券事务代表
投资者关系活动 主要内容	<p style="text-align: center;">一、 关于公司主营业务发展情况的交流</p> <p style="text-align: center;">1. 如何与参股公司日立电梯区分市场定位？</p> <p>日立公司主要定位于高端电梯市场，以高速电梯作为其品牌优势，产品销售主要面向一、二线城市；而广日定位于中高端电梯市场，产品价格相对较为实惠，性价比较高，产品销售主要面向二、三、四线城市。日立与公司双方形成错位竞争。2016年，广日成功自主研发出8米/秒的高速电梯并尝试开拓高端电梯市场，提高市场份额。</p> <p style="text-align: center;">2. 目前公司电梯的维保情况如何？维保业务资源分布如何？</p> <p>根据2014、2015、2016年度财务报告显示，公司在安装及维保服务中收入分别为1.34亿元、1.87亿元、2.45亿元，</p>

营收呈现逐渐上升趋势，毛利基本维持在 30%左右，虽然这块业务目前占总收入比例较少，但基于参考欧洲成熟电梯售后市场的发展情况及现时维保服务的营收增长趋势，公司认为电梯维保服务的前景较好。近年来，公司不断增设子公司、分公司、直销网点、办事处，维保安装业务明显增加，同时公司也会通过竞标承接其他电梯品牌公司的电梯维保业务。目前，公司在全国设有 33 家分公司，60 多个办事处，维保人员有 600 多名，经销商达 500 多家。

3. 《特种设备安全法》出台后，似乎并未改变大众维保必须找原厂家的状况？自维保比重能往上提升吗？

公司相信未来自维保比例会有提升空间，一方面是随着中国人民生活水平不断提升，对于电梯的安全性的要求也越来越高，会使市场更趋向于正规的电梯原厂公司。另一方面，原厂家的维保团队是经专业培训上岗的有维保资质的人员，在维保操作上较为规范，给予维保市场质量保证。《特种设备安全法》出台以后，对电梯原厂的维保业务有积极影响，但基于社会现时发展的实际情况，无法做到短期内“一刀切”，后期需要结合社会的重视及相关法律法规的执行程度，逐步提升电梯原厂家负责维保或原厂家授权有资质第三方维保的比例，我们相信这将是趋势。

4.公司自维保比例如何？

目前公司自维保电梯比例约 20%，由于公司电梯销售并非完全依靠直销渠道，仍有一部分依靠经销商进行销售，而大型经销商自身拥有维保资源及人员，因此也占据了公司自维保的市场份额。随着近年来公司在全国范围内不断通过增置分公司、办事处或通过收购电梯工程公司等方式，不断拓展公司的电梯安装维保业务市场，努力提高电梯的自维保率。