

证券代码：002785

证券简称：万里石

厦门万里石股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2021-001

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姓名	线上投资者
时间	2021年5月12日 15:00-17:00
地点	约调研“万里石投资者关系”小程序
上市公司接待人员姓名	公司董事长：胡精沛先生； 公司总裁：邹鹏先生； 公司副总裁、财务总监：董事会秘书朱著香女士； 独立董事：任力先生。
投资者关系活动主要内容介绍	<p>为便于广大投资者更深入全面地了解公司情况，公司定于2021年5月12日（星期三）15:00-17:00以网络远程的方式举行2020年度业绩网上说明会，线上与投资者进行了沟通交流，业绩说明会主要内容如下：</p> <p>1、2021Q1净利润大幅增长的主要原因？预测一下H1的情况是否能延续。</p> <p>回复：</p> <p>2021Q1净利润同比增长主要系①营业收入同比增加，导致营业利润同比增长；②参股联营公司净利润增加所致。后续业绩情况公司将按照相关规则及时披露，敬请关注公司公告。</p> <p>2、2020年营业收入下降，净利润能实现扭亏为盈，这里面的原因是什么？</p> <p>回复：</p> <p>2020年净利润同比增长主要系①子公司美好石材橱柜业务增长，该项业务毛利较高；毛利较低的纸制品出口减少，导致公司2020年毛利率增加；②参股联营公司净利润增加，公司按权益法核算投资收益增加；③公司收回部分应收款项，信用减值损失减少。</p> <p>3、能否分享一下下一季度的在手订单情况。</p>

回复：

公司一季度在手订单比较充足，主要是原有市场原有客户恢复性增长，大型央企施工业务增加，较去年同期有所增长。

4、请问贵公司与华彬集团之间的合作华彬快速消费品(福建)公司底下有什么饮料或消费食品品牌呢？经营状况如何？

回复：

该公司目前主要经营华彬快消品旗下的品牌，如战马、VOSS 水、果倍爽、Votacoco、中国红牛等，未来可能会依托华彬强大的线下渠道拓展其他大健康消费品。该公司目前经营状况良好。

5、贵司自营和代理商品及技术占比情况分别是怎样的？

回复：

公司代理业务只确认代理费收入，不确认商品销售收入。2020 年公司商品销售收入及工程施工收入 9.45 亿元，占营业收入 99.47%；代理费等其他业务收入 498.91 万元，占营业收入 0.53%。

6、疫情对国外生产基地以及业绩的影响有多大？目前是否已经复工复产？

回复：

疫情对国外生产基地影响较大，但由于市场整体都受影响，所以不影响履约。同时，由于总量占比不高，对公司的业绩影响有限。目前已复工复产，但尚未完全正常。

7、公司目前自有的矿山储备有多少？自有矿山和对外采购的占比情况？

回复：

公司目前合并范围内自有矿山有 3 座。因石材种类较多，不同订单项目所耗用的石材种类及花色不同，2020 年公司自用矿山石材使用占比较小，主要为对外采购，2021 年及未来年度使用情况根据订单需求占比可能发生改变。

8、原材料价格上涨对公司 的边际影响？有无提价计划？

回复：

原材料上涨对公司已有订单有一定的影响，但公司有安全的原料库存，同时我们会根据市场行情动态调整终端产品的销售价格。

9、贵司长期专注于建筑装饰石材和景观石材的研发设计和生产领域。请问在开

展家装石材业务上有何优势？

回复：

万里石家装目前集中在高端定制，本着产品到极致、服务超预期的精神，依托上市公司平台和品牌优势，将材料优势和工匠精神发挥至极致。由于所接订单，大部分客户为国内企业界翘楚，对石材的材料要求甚是苛求，而石材为天然材料、非标产品，顶级品质可遇不可求，因此我们所要做的，即尽公司所有资源在整个石材原料界为客户谋得顶级好料，而公司本身这个平台就可以整合利用石材资源，在同行业中有绝对的优势。

10、建筑装饰石材和家装石材在生产工艺上有何差异？

回复：

家装石材在品质、施工、精度、服务方面要求高，追求精细化、定制化，客户需要体验感和生产工艺的可视化。公司按照规定标准作业流程、指定辅材品牌，将过程明明白白、清楚地示之于客户，同时随时接受客户监督。

11、贵司生产基地情况？主要分布在哪些区域？产能利用率情况如何？

回复：

目前公司共拥有 8 个生产基地，在厦门有翔安分公司、万里石工艺、万里石家 3 个生产基地，在天津有天津中建万里石、天津梦工厂 2 个生产基地，在福建惠安、湖南岳阳、南非各有一个生产基地。复工复产后，平均产能利用率达到 80%以上。

12、新基建的启动给公司带来的机遇有哪些？如何抓住机遇？

回复：

新基建的启动对万里石更多的是间接机遇，关系最密切的是城际高铁和城市轨道交通的站房建设。我们专门设立了轨道交通业务部门提供专业服务。紧跟战略客户中国建筑、中铁工、中铁建等总包企业，服务于新基建的同时，拓展万里石的应用场景。

13、公司 2020 年施工项目平均毛利较上年有所下滑主要原因？今年能否有所提升？

回复：

2020 年因诉讼调解，调减施工业务收入 300 多万元，导致公司施工业务毛

利率有所下滑。2021 年施工用主材钢材水泥等价格上涨幅度较大，公司通过挖掘内部潜力，提升运营效率，促使施工项目毛利率稳中有增。

14、在“一带一路”市场方面的实质受益情况。

回复：

万里石一直是“一带一路”坚定的践行者，作为全球化战略的重点，我们在一带一路的布局很早，从资源端到市场端均有较好的受益。

15、增资华彬国际设立的华彬快速消费品销售（福建）有限公司是出于什么样的考虑？目前该公司经营情况如何？在公司的营收占比如何？

回复：

增资华彬国际设立华彬快消品公司是基于公司与华彬的长期战略合作关系的尝试性投资。

该公司目前运行良好。

由于占比少（20%），其营收未进入公司合并报表。

16、2020 年 8 月，公司在天猫开设旗舰店，开始尝试电商业务。能否介绍一下在电商业务上的拓展思路？

回复：

电商业务基本上走的新零售路线，即：万里石旗下设立“石夫人”子品牌，以石材为原料，以家居设计为导向，结合线上线下做石材产品新零售。目前，天猫旗舰店主营“家居饰品”系列石材产品，以工艺小件产品为主；下一步我们将上线石材家具系列产品，例如石材餐桌、茶几、浴室套件等以及更多的建材系列产品。线上旗舰店也将由天猫扩展到更多的主流电商平台，例如陶不庭、京东、抖音、快手小店等等。同时，结合线下布局零售体验点，充分开拓石材新零售市场。

17、2020 年景观石材收入较 19 年下滑 26.39%，主要是什么原因？预计今年会有所提升吗？

回复：

2020 年主要系受疫情影响，导致出口景观石材业务量下降。截止目前，今年该项业务同比略有增长，若 2021 年新冠疫情情况稳定，预计全年该项业务将有所提升。

18、马来西亚《吉隆坡 118》项目目前开展情况？

回复：

吉隆坡 118 是吉隆坡也是马来西亚的标志性项目，同时也是万里石走向世界的又一标志性项目。2020 年受到了疫情影响，项目整体速度放缓，但总体进度良好，目前完工进度已超过 60%，进度款回款情况良好，预计 2021 年底完工。

19、去年各子公司利润大多都是亏损状态，请问未来计划如何加强对子公司的管控？

回复：

去年主要受新冠疫情及环保政策影响，子公司订单减少，导致子公司亏损。未来公司将致力于增加订单，提高产能利用率，挖掘内部潜力，清欠清库降费，以提高子公司的运营效率及盈利能力。

20、目前行业内有哪些竞争对手？贵司的核心竞争优势体现在哪？

回复：

公司主营石材业务，全产业链全球化布局，在国际业务、工装业务、家装业务、矿山开采方面存在不同竞争对手。我公司具有综合竞争优势：（1）一带一路及全球化布局；（2）全产业链优势；（3）品牌优势；（4）客户资源优势。

21、请胡董事长介绍一下 2021 年的经营计划以及业绩目标

回复：

2021 年公司将按既定战略推进公司各项运营工作，全员全球全方位营销，狠抓成本，深耕主业，加快转型升级，用足用好资本市场的优势和政策，促进企业高质量发展。具体工作计划如下：

（1）践行公司发展战略，深耕主业，稳中求进，实现经营目标

1) 市场端：国内市场紧盯国家内循环战略，继续深挖北上广深等重点市场的潜力，同时积极拓展其他一二线城市自营渠道，加强在一线城市中高端家装石材“万里石·家”全屋定制，加强产品在互联网上的线上推广，加快市场向 C 端的快速转型，让“万里石·家”子品牌走入千家万户。抓住疫后经济反弹之机，进一步提高公司的市场份额；国际市场持续加大在美国、日本等主流市场的投入，借 RECP 的机遇加大在越南、马来西亚、泰国等东盟市场的投入，同时巩固和发展其他一带一路市场。

2) 生产供应端：专注产品和服务，以“工匠精神+互联网+积木式的创新精神”开展柔性生产及个性化定制，试水智能化制造，降低单位人工成本，加大环保投入力度；借越南石英石工厂投产之机，开启天然石材+人造石的相结合的产品模式，持续优化全球产业布局，实现从过程精品到全链条精品的整体提升，确保实现产业链各环节的完整布局和盈利能力；

3) 原石供应端：持续优化资源端的投入和采购渠道，以参股或包销形式在全球范围内进一步控制一定量的优质资源；基于旗下“冰花兰”矿山获 20 年延证许可，快速启动四川攀枝花冰花兰产业园运作，推动临矿产业发展，以点带面，把“冰花兰”这一行销全球近 20 年的高端花岗岩品牌迈上新台阶，同时带动其他万里石优质石材品种的销售。

(2) 借力“双循环”、大力推动“双轮驱动”战略

在当前国际环境下，继续坚持国内国外“双循环”、“双轮驱动”的发展战略，在国外工程市场方面，继续“跟随央企、服务全球”，重点推进“一带一路”，特别是推进以马来西亚和越南为重点的东盟市场和以阿尔及利亚和南非为重点的非洲市场的业务布局；在国内市场方面，建筑装饰业务向建筑科技产业链延伸，在大型工程的配套装饰、装配式装修业务方面持续探索，争取成为公司业务的第三极。

(3) 团队为本，机制引领，文化强基

持续打造“四硬五力”的万里石管理团队，优化激励机制、引入事业合伙人机制、落实股权激励机制，充分调动管理团队的积极性，保障人才梯队的延续性、优良性和企业文化的可传承性，以人为本，建立可持续发展驱动力。同时借中国共产党建党 100 周年之契机，加强党史和爱国主义教育，推动万里石企业文化入心入脑，助力万里石人坚定推动万里石事业的决心和信心。

(4) 充分运用好资本市场平台，把握资本市场机遇

2021 年度，公司将积极把握资本市场的发展机遇，扩大直接融资规模、降低融资成本，在加快高质量发展的同时，力争实现公司治理水平的进一步提升。以公司股东利益最大化为公司决策的战略出发点，实现公司资产质量、盈利能力的稳步提升。为公司、为全体股东、为社会、为员工、为各方创造更大价值。

22、未来会着重布局海外市场还是国内市场？

回复：

公司将一如既往的同时发展国内国外两个市场，当然，目前国际市场受疫情影响较大，短期内我们将在国内大循环的宏观政策指引下加大力度布局国内市场。

23、贵司所处的行业地位如何？市占率多少？

回复：

公司目前是唯一一家 A 股石材企业上市公司，石材行业的龙头企业。石材行业在我国参与企业众多，市场高度分散，没有任何企业有明显较高的市场占有率。公司市场占有率约 1%左右。

24、碳中和目标下，贵司如何把握时代机遇抓紧政策红利。

回复：

碳中和时代，政府和项目对建材的碳排放会越来越重视。天然石材的能耗是所有建材中相对非常低的，万里石作为天然石材的龙头企业，我们将积极推进绿色认证，与装饰和总包企业一起共同奋进碳中和。

25、与哪些知名房地产商有合作？

回复：

公司采取“大客户”战略，与国内知名地产商及建筑商形成了长期稳定的合作伙伴关系，如：中国建筑、华润置地、龙湖地产、保利地产、金茂地产、五矿集团、中铁置业、中铁建设、华彬集团、建发房产、禹洲地产、中国远洋、万科地产、中海地产、中冶集团、河南正商地产等。

26、有没有业绩指引可以分享？未来会形成哪些新的利润增长点？

回复：

关于未来的新的利润增长点：

(1) “冰花兰”矿山的矿山一体化和规模化的运作，将使万里石的资源优势转化为利润优势。

(2) “万里石家”的重点布局将逐步使万里石进入千家万户，全面开启万里石“TC”的时代，成为“美好生活”和大消费的有机组成部分。

(3) 随着东南亚制造工厂的规模投入将在全球化收益上有新的增长极。

27、分享一下未来 3 年公司的发展战略以及具体规划？

	<p>回复：</p> <p>未来 3 年公司的发展战略以及具体规划：</p> <p>（1）品牌战略：做好品牌价值的挖掘、传播和提升，以工匠精神和工程师文化建立万里石品牌的美誉度，加强精准营销。</p> <p>（2）业务战略：通过聚焦主业，以极致产品与超预期服务真正落实到生产经营的各个环节，通过强化预算管理、精算管控，实现高质量发展。</p> <p>（3）人才战略：通过引入事业合伙人机制提升管理团队积极性与公司盈利水平，实现扁平化管理。</p> <p>（4）融资战略：以稳定的经营为基础，充分利用资本市场的政策优势和融资优势，加快推进公司转型升级发展。</p> <p>28、金麟四海与厦门亲合知行双方因何原因解除原股份转让协议？达成协议的条件是什么？</p> <p>回复：</p> <p>关于公司持股 5%以上股东金麟四海有限公司和厦门亲合知行健康产业合伙企业（有限合伙）解除原股份转让协议，公司已于 2021 年 4 月 26 日对外披露《关于持股 5%以上股东签署<股份转让协议解除协议>的公告》（2021-027），具体内容详见巨潮资讯网。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2021 年 5 月 12 日