

证券代码：002853

证券简称：皮阿诺

广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2022-002

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	参与公司 2021 年度网上业绩说明会的投资者
时间	2022 年 5 月 12 日 15:00-17:00
地点	全景网
上市公司接待人员姓名	董事长兼总经理马礼斌先生、独立董事陈胜华先生、董事会秘书管国华先生、财务总监刘慧奇先生、保荐代表人王国梁先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>（一）请问恒大应收款如何解决？是否能收回？</b></p> <p>恒大应收账款回收是公司的一项重要事项，自从出现逾期后，公司成立专项工作组，并采取一系列积极措施：</p> <p>①债转股：将一部分债权抵偿恒大在河南兰考合资公司股权；</p> <p>②房抵债：公司先后抵偿了 3.5 亿多元房产，相关手续正在办理中。</p> <p>③法律手段：公司也在积极通过法律途径推进相关债权催收。</p> <p>④寻求政府支持：省市各级政府对恒大事件非常重视，对我司给予积极的关注。我司统计汇报相关恒大欠款情况，寻求政府给予相关支持，加速贷款的催收。</p> <p><b>（二）正在办理的 3.5 亿抵款房，是否包含在 2021 年年报计提的范围之中。</b></p> <p>包括在 21 年计提范围中。因为至 2021 年报披露日，相关手续正在办理中，尚未完成最终网签，相关事项还存在不确定性，按会计准则应纳入减值计提范围中。</p> <p><b>（三）如果恒大应收款今年收回来了，如何会计处理？会增加今年利润吗？</b></p> <p>公司一直在重点关注恒大欠款催收，如恒大前期欠款收回，公司将按照会计准则，及时转回前期所计提的应收账款坏账准备，冲减信用减值损失，最终将增加归属上市公司的净利润，对当年利润产生积极正面影响。</p> <p><b>（四）如果剔除恒大影响，2021 年盈利多少？目前与恒大的业务结算情况如何？业务占比有多少？</b></p> <p>若不考虑 2021 年计提减值准备的影响，公司 2021 年实现归属上</p>

市公司净利润 26,591.50 万元，同比增长 35.02%。目前与恒大合作主要是保交楼项目，结算方式是先款后货，现金结算。

**（五）请问公司现金流状况如何？**

截止 2022 年一季度末，公司账面现金 5.65 亿元。公司零售业务上，经销商付款条件是支付全款后下单出库，有稳定的现金流保障，一季度同比增长 32.98%，销售出库近 1.5 亿元。工程业务上一季度回款超 1.1 亿元。后续公司亦将积极推进各项工程业务款项催收措施、拓展更多融资渠道，以及加强供应商战略合作、优化供应商付款方式等方式保障公司运营资金充足。

**（六）请问公司 2022 年一季度业绩下滑原因是什么？**

一方面，2021 年上半年，受疫情影响所积压的家居消费需求得到集中释放，导致去年同期业绩的高基数；另一方面，2022 年第一季度公司受疫情反复影响，大宗工程订单延后交付，需要延迟确认收入。当疫情缓和后，公司大宗工程订单将迅速恢复进度，终端需求也将快速反弹。

**（七）公司有战略投资者吗？**

公司坚持产业+资本互动模式，通过定增等上市公司可选的投融资方式完善股权结构和股东性质，截止 2021 年 12 月末，公司前五外部机构股东分别是保利资本、红杉资本、华夏基金和南方基金。

**（八）公司开始加大和股东保利之间的合作，合作金额从 1.5 亿到 3 亿，甚至更多。请问公司和股东红杉之间有没有业务上的合作？**

公司上市以来非常重视产融互动，21 年通过定增成功引入保利产业资本和知名投资机构红杉资本。改善股权结构的同时，还进一步优化了大宗工程业务客户结构。红杉资本参与公司定增，在于看好地产物业板块，此前红杉资本就投了恒大物业和世茂物业，希望借助投资皮阿诺，在此领域做进一步整合。公司也一直与央企在地产精装和物业拎包两条业务线上加强合作。

**（九）2022 年公司品牌建设有何规划？**

公司在品牌中高端建设上，坚持“忠于独创”的品牌主张，聚焦产品的独创设计，致力于以产品设计引领中高端定制家居行业，围绕搭建材料功能体系、“超级收纳”、大师系列、匠造工艺等持续进行产品品牌价值建设。以构建高级场域、开辟高端渠道、链接高端人群、打造高级服务、创作价值内容为品牌建设核心策略，持续打造差异化的中高端定制家居知名品牌。2021 年公司开始重点打造设计师开拓项目渠道，借助设计师渠道精准链接中高端客户群体。2022 年将是公司转型中高端第一阶段的收官之年，未来公司在品牌建设上会持续追加品牌投入，直到达到零售收入的 4%。

**（十）请介绍一下新零售渠道的一些情况？**

2021 年公司建立了数字化营销体系，开发完成第四代微信数字门店系统并上线，功能涵盖线上直播、营销裂变、千城万店、活动营销、精选案例集等，并且打通与微信公众号的数据连接，以此增强客户黏性，构建企业私域流量池，实现私域流量互通。重点赋能全国重点城市，孵化、培育经销商新零售团队，搭建引流、转化体系，提高

经销商整体营销获客、服务转化能力。2021年通过各平台累计派单4万单，成交率达8%，成交金额达8,000万元，近三年均保持近35%年复合增长率。2022年公司还将成立包括新零售运营部等流量赋能团队及运营能量团队，为经销商引流赋能，协助经销商制定门店经营规划、团队组建、激励机制、服务体系以及销售通路的构建，从资源嫁接——项目匹配——项目运营——模式推广实现全流程赋能，使经销商具备操作地产拎包、家装渠道、设计师渠道、新零售、全案销售能力。

#### **（十一）行业纷纷提出整家定制，您如何看行业发展？**

公司2021年适时提出全案营销，推行“1+4”一体化产品销售套餐策略，从单一橱柜到一体化厨卫阳生活空间，从单一衣柜到一体化七大全案设计空间，实现客单值增长翻番，赋能经销商做大做强。类似定制家居企业通过“整家定制”满足消费者对于整体设计、一体化风格、一站式购入、省心省力的要求及提升客流和客单值，同时面对“整家定制”套餐毛利的下滑，定制家居企业需提升品牌信任度，为品质背书；优化供应链，提升产品交付能力；对经销商进行更强管控及更高程度赋能，方可帮助经销商提高多品类运营能力。

#### **（十二）在恒大事件后，公司在风险控制等内控方面是否做了相应改善？**

大宗渠道方面，公司将采取工程直营+经销商并重驱动的销售模式。在回款控制上，公司通过设置风险控制部门，加强大宗业务风控措施，具体包括：设置相关准入门槛；设置分类评级标准，根据标准评判是否参与相关招投标项目；在回款把控上根据逾期情况设置三级预警提示、对逾期客户采取多种方式结合的追款催收措施等。从多个维度制定严格制度，严控大宗业务不发生风险。公司后续亦将根据实际情况，持续改进相关管理制度，完善公司内控体系建设。

#### **（十三）未来公司业务以 toC 为主呢还是以 toB 为主？**

公司始终坚定品牌中高端、工程多品类，坚持产融互动，借助资本市场做大做强的差异化战略。在零售业务，以设计、服务打造经销商差异化竞争点；在工程大宗业务，聚焦央国企战略地产商，深耕合作，重点扶持打造十大工程经销商标杆，坚持工程直营业务+工程经销商业务并重发展。

#### **（十四）请问公司智能制造智能化程度如何？**

公司采用“标准件+非标件”相结合的复合生产模式，引进先进的德国豪迈柔性生产线，标准件规模化生产，非标件柔性化制造，兼顾个性化和高质量的同时形成规模生产，提升产品性价比。2021年，结合生产自动化升级，生产管理3S系统（APS+MES+WMS）持续深化，车间三级排程体系进一步优化，现场执行无纸化落地；2022年将与全自动化产线、立库系统等全面对接，提升智能制造与协同能力。为更好的提升供应链管理，2021年公司引入SRM供应商关系管理系统，打造供应商管理闭环，提升协作效率，2022年将向供应链端全面推广，并与生产系统深度融合。目前公司已形成包含数字营销管理系统（DMMS）、家具定制设计系统（三维家3D在线设计）、产品数据管理系统（造易PDM）、制造执行系统（MES）、企业资源计划（SAP、ERP）、

	<p>工程项目管理系统、电商 O2O 业务系统等从营销、设计到生产、财务全链路的信息化体系，构建起符合公司精准营销、快速设计、精益管理、柔性生产特点的数字化管理系统，进一步提高了涵盖生产经营各个环节的自动化和智能化水平。如 2021 年公司按智能制造 4.0 标准打造的板芙工厂落成投产后，将进一步提升人均产能，人员有望减少 30%以上。</p> <p><b>（十五）公司股价跌破 20 亿了，请问有何市值管理计划？</b></p> <p>公司坚信市值来源于主业价值创造(利润)和资本溢价(市盈率)。在主业价值创造上，可以从产业领域、业务结构、商业模式创新、组织管理、品牌/市场、金融策略、信息化等多方面来落地；在资本溢价上，可以从股权结构改善、股权激励、外延式拓展、4R 管理、市场周期管理等多方面来提升，最终实现股东财富最大化。</p>
日期	2022 年 5 月 12 日