

# 湖南华联瓷业股份有限公司

## 投资者关系活动记录表

编号：2022-002

投资者关系活动类别	<input 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 type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议）
活动参与人员	华安证券 马远方、马语晨、汪浚哲；南方基金车育文、光大保德信唐靓、淳厚基金顾伟、华夏基金林瑶、华安证券自营黄敏、博时基金管理有限公司付伟、浙商自营林建、永赢基金王文龙、郑州智子投资管理有限公司李莹莹、恒生前海基金管理江俊晨、中海基金夏春晖、上海途灵资产赵梓峰、诺德基金王海亮、淳厚基金廖辰轩、太平基金管理有限公司田发祥、韶夏资本叶柱良、景泰利丰公司邹军辉、深圳市中兴威投资管理有限公司卢晓冬、中银国际资管赵颖芳、华安证券（自营）成星宇、深圳中天汇富基金管理有限公司许高飞、青岛赢隆资产管理有限公司杨鸿亮、大湾区资本有限公司余德乐、睿新（北京）资产管理有限公司杨湘云、深圳市前海世传国际投资管理有限公司王家豪、拓璞基金张晓、上海古曲私募基金管理有限公司朱一木、西南证券赵兰亭、安信证券罗乾生、高天侯、中信建投魏中泰、浙商证券史可凡、曾伟、申万宏源魏雨辰、华安证券余楷丽、招商证券股份有限公司彭可、易同投资魏泽园、北京橡果资产管理有限公司魏鑫、尚近投资万朋杰、和泰人寿李镰超、汇丰晋信赵洋
时间	2022年12月14日
地点	华瓷股份总部大楼会议室
形式	线上交流

交流内容及具体问答  
记录

**Q: 今年出口非常的优异, 出口主要的驱动力是什么样的?**

**A:** 近几年的出口发展的势头很好, 逐年增长。主要是公司长期积累的客户群体发展比较好, 比如宜家、威廉索罗马等。公司这些年不断的在加深和他们的一些合作, 包括在设计创新, 新产品开发方面, 相互之间的依赖性是在加强的, 所以在出口业务我们整体来说还算不错。

**Q: 今年咱们自己客户自身增长比较多, 还是我们在客户内部供应份额增长比较明显?**

**A:** 两方面都有, 我们有些许多优质客户自身也在增长, 但是我们判断客户自身增长的速度没有我们对他们的销售的增长那么多。

**Q: 咱们陶瓷产品在欧美主要的应用场景主要是什么? 它是属于必选消费类还是属于可选的装饰类的?**

**A:** 我们的产品主要有餐具、茶具、洗漱具, 再就一些摆件。就是日常半耐用的一种消费品。应用场景是既作为一种实用具, 也作为一种装饰件, 两种功能都兼有。

**Q: 公司在国际上的主要的竞争对手主要是来自于哪个国家, 竞争优势主要体现在哪些要素方面?**

**A:** 现在国际上主要竞争对手在欧洲有葡萄牙, 英国, 他们的产品定位相对高端。国际上还有泰国和越南等国家有陶瓷生产。我们公司生产的产品大部分性价比高, 主要是大众消费客户群体。主要的出口分为色釉陶瓷和釉下五彩瓷, 色釉陶瓷是由董事长许君奇早年开发出来的, 自然简约, 这个是主要出口的产品, 在欧美受欢迎。

**Q: 公司目前的产能情况如何?**

**A:** 公司现在的产能大致是 2 亿件的规模, 是将大器型和小器型综合起来大致估计的产能。

**Q: 就募投资项目陶瓷材料的变更来看, 短期是否会优先考虑日用瓷新材料, 新材料和电瓷的布局是什么情况?**

**A:** 陶瓷新材料是我们公司日后的战略方向, 也会坚持投入。募投资项目里面有一个陶瓷新材料的项目, 当时是作为 5G 滤波器的一个单项来规划的, 但是当资金到位之后, 我们发现已经错过发展 5G 滤波器的最好时机, 考虑到风险因素, 我们对该项目做了变更。但是我们会在陶瓷新材料方面加大投入, 后续几年也会坚持这一方向。在电瓷方面, 我们并未将其作为重点发展方向, 电瓷项目回款较慢, 因此我们处于保持现有状态, 并未大力拓展电瓷市场。

**Q: 公司自主品牌的发展情况如何?**

**A:** 在国内的釉下五彩瓷方面，公司的品牌是“红官窑”，是公司的高端品牌，产品品质优秀，产品“薄如纸，白如玉，明如镜，声如磬”。红官窑主要通过直销的方式销售，门店销售收入截止到第三季度大概为 2000 多万。在互联网电商方面，我们的品牌是“亿嘉”，目标人群主要是年轻时尚消费群体。

**Q:** 公司的设备国内设备与进口设备有哪些区别？

**A:** 国内的设备与进口只是性能上有些许区别，某些进口设备的稳定性上会更有优势，但是售后的服务周期较长，所以公司目前的设备主要都是国产。

**Q:** 公司日用瓷生产的壁垒体现在哪些方面？

**A:** 公司生产壁垒主要体现在创新研发能力、生产规模、产品质量的稳定性以及对客户个性化需求的满足能力，比如我们具有多品种、多花色和多器型的生产来满足客户需求，能够根据消费者的审美趋势持续研发新产品。

**Q:** 业内比较有影响力的客户和公司合作时最看重的方面，如宜家、茅台等？

**A:** 最看重的是公司的创新开发能力。公司对国际主要客户的产品有 2 种开发方式：第一，公司会根据自己的理解每年开发很多样品让客户选择；第二，客户把新产品开发的创意告诉公司，公司根据创意来生产样品，并且大规模生产之后和样品相差不大，即公司从思路到实现都能够完美匹配客户的业务。与茅台合作，公司会根据自己的理解提供符合茅台理念和设计思路的样品供茅台选择，公司的创新研发能力和生产能力，不断提升相互之间的合作粘性。

**Q:** 公司有和客户谈明年的订单量吗以及订单量的情况？

**A:** 公司与客户交往密切，在客户的产品设计思路方面交流很深，但是无法预测明年的订单情况。

**Q:** 公司在宜家的该类目的采购份额占比大概是多少？占宜家的品类的比重大概多少？

**A:** 公司没有掌握在宜家、茅台中的采购占比数据，但公司跟他们的合作是在不断加深的。

**Q:** 公司在宜家、茅台和吉普森这些大客户的份额还有比较大的提升空间吗？还是说未来公司的重点会放在拓展新客户方面？

**A:** 在这些大客户的采购份额里，公司还有提升的空间。公司一直强调大客户战略，正在不断的加深与他们的合

	<p>作，提升公司的服务水平。同时公司也在不断的开发新的客户。</p> <p><b>Q: 公司出口与国内业务的主流订单的订单周期?</b></p> <p><b>A:</b> 公司的出口业务是订单生产方式，从客户下订单到公司交货，一般订单周期大概在1~2个月。国内业务有2种方式：一种是订单生产方式；另一种是门店直销的方式：公司会根据市场的反应情况做一些库存产品在现场售卖。</p> <p><b>Q: 公司从哪些方面来提升净利率？未来制造费用是否有进一步压缩的空间？</b></p> <p><b>A:</b> 从短期来看，公司今年净利率的变化主要受到汇率的影响，汇率对出口产品净利率有较大的提升作用。因为公司的很多产品是以美元定价，公司交货时人民币贬值，因此产品实际的毛利比预计的毛利更高。此外，原材料的价格变化也会也会对净利率有一些影响。从长期来看，净利率还是受生产效率提升的影响。公司的研究能力是增强的趋势，今年对管理过程不断优化，主要是生产效率提升。公司的制造费用在整个业务层占比降低，长远的趋势应该也是这样。公司通过生产自动化的改造，在不断提升生产效率。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>本次活动不涉及应披露重大信息</p>
<p>活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）</p>	<p>无</p>