

## 蒙娜丽莎集团股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

编号：2023-007

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 type="checkbox"/> 其他：_____
参与单位名称及人员	东北证券、长城证券、麦格理证券、Wasatch Global Investors、华泰证券、中邮基金、新华资产（排名不分先后）
时间	2023年5月19日上午9:00-10:30、10:30-12:00、下午15:30-17:00
地点	公司会议室
上市公司接待人员	公司董事、董事会秘书张旗康
投资者关系活动主要内容介绍	<p style="text-align: center;"><b>一、主要交流内容如下：</b></p> <p style="text-align: center;"><b>1、今年房地产和建筑陶瓷行业复苏情况？</b></p> <p>答：从去年到今年，政府也制定了很多稳定房地产预期的政策，但受近几年多重因素影响，消费者消费信心恢复需要一个较长的过程，尤其是购置房产大额支出更加谨慎，因此地产行业也是在逐步缓慢复苏。公司对地产的政策依然是加强风险管控、注重现金流回款，同时侧重经销商网络建设，提升经销商销售占比。中国有着庞大的消费市场，消费者对瓷砖的需求依旧存在。</p> <p style="text-align: center;"><b>2、现阶段供应商都侧重央国企地产项目，竞争是否更加激烈？</b></p> <p>答：2021年下半年部分房地产企业开始出现债务逾期，到2022年更多房地产企业流动性出现问题，逾期违约风险扩大，公司也随着房地产企业经营情况，不断加强风险管控，控制风险地产订单。头部的建陶企业都侧重向央国企合作，竞争肯定是激烈的，然而品牌、品质、供货能力、售后服务、综合实力等也是央国企在合作过程重点考虑的方面。</p> <p style="text-align: center;"><b>3、后续成本费用管控是否还有下降空间？</b></p> <p>答：2022年受部分房地产公开逾期违约、能源价格持续高位运行等多重因素影响，建筑陶瓷行业的利润受到生产和销售两头挤压，公司通过实施一</p>

系列降本增效措施，取得一定成效。降本降费是一个持续过程，2023年将继续推进这项工作。

#### 4、公司在整装业务的合作情况？

答：公司目前主要是经销业务和战略工程业务。地方性房地产、地方市政工程业务分布在全国各地，需要落地服务，更多是要发挥现有经销渠道的服务优势。整装业务是房地产精装修后一个关注度比较高的赛道，在进行整装业务合作的同时要关注业务风险。

#### 5、公司在瓷砖铺贴施工服务方面展望？

答：大多数建材品类都是包施工，但瓷砖包施工一直推进较慢，因为长期面临因其他品类施工造成瓷砖施工的投诉问题。公司也在持续推动瓷砖包施工，推出“微笑铺贴、成品交付”服务，已取得一定成效并总结出一些经验，正全国推广。微笑铺贴可以确保一次性验收交付，减少因其他品类施工造成瓷砖施工的投诉问题，带来良好的口碑，已有越来越多经销商主动推广。公司也同步推出瓷砖胶、美缝剂等瓷砖施工辅材，确保施工质量。

#### 6、请谈谈行业竞争格局，是否有行业整合的趋势？

答：近年来受部分房地产公开逾期违约、能源价格持续高位运行等多重因素影响，建筑陶瓷行业的利润受到生产和销售两头挤压，行业协会也公布了近几年行业出清情况，截至2022年年末，规模以上企业还有1000余家，如果考虑部分头部企业国内多地布局基地因素合并看待，规模以上企业也有800余家。对比其他行业，建筑陶瓷行业规模以上企业数量还是比较大的，其中的因素有：过去房地产行业持续景气并长期处于增量时代，陶瓷行业也享受了增量红利；行业进入门槛较低，主要以民营企业为主。行业的出清还需要时间，是一个较为缓慢的过程。

近几年房地产的回落，需求收缩，进入缩量时代陶瓷行业竞争激烈。此外，碳达峰、碳中和、能源双控等政策对建筑陶瓷行业产生深远影响，行业对新建产能和整合并购都较为谨慎。而且，也面临着被整合企业规范程度不能达到上市公司规范要求的整合风险。

#### 7、公司管理层走访终端市场，消费者感知如何？

答：2023年第一季度，公司高管及经营团队实地走访多地经销商并考察

	<p>市场复苏情况，了解终端市场需求变化情况，听取终端客户和消费者的诉求，并相应对公司经营管理作出调整。今年公司将继续加大对经销端销售支持力度，不断提升经销端销售占比。</p> <p><b>8、新房需求和二次装修的占比和趋势？</b></p> <p>答：公司销售主要是经销业务和工程战略业务，其中，工程战略业务主要是大型房地产精装修业务。经销商零售业务主要是新房和二次装修业务。一线城市房地产发展较早、较快，逐渐过渡到存量房为主，三四线城市新房还占有一定的量。</p> <p><b>9、公司对 2023 年度的经营展望？</b></p> <p>答：经销渠道方面，经历过去几年渠道持续下沉，经销渠道得到大幅提升，但相较同行还有较大提升空间，2023 年公司将持续渠道下沉策略，积极开拓空白市场，提升现有渠道质量，不断提升经销端销售占比。工程战略业务仍是公司不可或缺的一个销售渠道，公司在做好风险管控的前提下，加强与优质地产客户的合作，针对不同经营风险的地产客户采取不同供货策略，降低公司经营风险，实现公司经营目标。</p>
<p>附件清单（如有）</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2023 年 5 月 19 日</p>