

证券代码：603038

证券简称：华立股份

## 东莞市华立实业股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2018-002

一、活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 其他形式	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input checked="" type="checkbox"/> 现场调研
二、调研人员	国海证券分析师	
三、调研时间	2018年4月19日下午3点	
四、调研地点	公司会议室	
五、接待人员	公司董事会秘书	
六、主要调研内容：	<p>本次调研主要内容：</p> <p>行业情况、公司经营管理情况等。</p> <p>调研问答：</p> <p>问题 1：公司产品封边条所在行业的市场空间、竞争格局如何？行业的进入壁垒如何？一般的投入规模大概是多少？</p> <p>目前，公司产品封边装饰材料所在行业整体市场空间不大，且国内市场行业集中度不高，公司在国内市场的占有率约为 10%左右。行业内多为中小微型企业，从业人员在</p>	

300 人以上具有一定自主技术能力的企业非常少。

就过往发展情况来看，封边装饰材料行业的准入的资金要求并不是太高，但对技术稳定性、工艺沉淀及下游个性化品质要求比较高，尤其是在下游定制化要求越来越高的情况下，对封边材料厂商的产品设计能力、快速反应能力、稳定供货能力以及配套服务能力的要求越来越高，从而有利于行业集中度和公司市场份额的提升。

**问题 2：公司产品毛利率近年来呈下降趋势。在成本上升环境下，公司的价格策略是怎样的？成本转嫁能力如何？**

公司产品处于产业链中间位置。销售端，公司主要客户大部分属于具有一定规模的定制家具企业，公司实施的是稳定性价格策略，近年来产品价格保持相对稳定；成本端，公司主要原材料为大宗商品，原材料供应有既定的价格形成机制。近年来原材料价格上涨对公司产品毛利形成一定的不利影响。公司主要通过期货市场进行套期保值操作抵补主要原材料价格上涨产生的不利影响；同时，公司也将进一步通过新建项目解决产能不足、扩大销售，从而通过提升营收规模来提高总体盈利水平。

**问题 3：封标条产品是否存在 OEM？产能是否是目前公司发展的瓶颈？公司募投产能的建设情况如何？预计投产时间？**

封边装饰材料一般是附着于家具板材上，家具厂商一般在销售时只对整体家具产品贴标签，因此，一般不存在封边材料的 OEM 模式。

随着国内板式家具、定制家具行业的成熟和稳定发展，对上游封边装饰材料的需求也在不断增加，公司近年来的主要产品产能也一直处于紧张状态。

目前，募投项目的建设正在按计划进行。东莞本部新建产能项目已完成并投入使用，浙江华富立项目、四川华富立项目生产设施建设及设备购置和安装工作有序进行，浙江华富立项目达到预定可使用状态的时间预计为 2018 年 7 月底，为缓解公司东莞总部的产能限制，公司对经营战略进行局部调整，拟将四川华富立项目尚未投入的募集资金共计 5,300.00 万元变更实施地点，调回东莞并由本公司在东莞市常平镇松柏塘村公司现有厂区内实施扩建项目建设，预计变更后项目最终达到预定可使用状态的时间为 2019 年 6 月底，目前该变更方案尚未经公司股东大会审议。

**问题 4：公司管理费用中的研发费用较高，封边条行业的技术壁垒在于？较高的研发费用将持续保持下去，还是会进入下降通道？**

装饰复合材料产品配方多样、工艺技术复杂，其设计、研发和生产需要融合对改性配方、制备工艺以及下游行业发展的深刻理解和经验积累，而技术的改进不仅产生于实验室阶段，更重要的是在大规模生产的过程中对工艺和流程的经验性控制。另行业技术发展主要依赖于企业在生产过程中不断总结和积累经验，非经长期技术积累，难以形成多类别、多系列、多品种的产品结构，难以在规模化生产条件下保证产品质量的稳定性。

伴随着下游行业个性化需求的快速提升，产品的升级换代需要持续不断的技术创新和研发投入。因此，没有深厚的行业技术、经验的积累，将不能持续地对配方和工艺进行改进，难以适应市场快速变化的需求。

公司高度重视新配方、新工艺、新产品的研发工作，公司将持续投入专门的研发经费支持研发工作。

**问题 5：公司出口欧洲的产品毛利率较低的原因是？**

出口欧洲产品毛利率较低原因主要是地区销售产品结构、产品定价、客户性质上有

差异所致。

**问题 6：公司产品占索菲亚、欧派等大客户采购量的百分比大概是多少？是否仍有提升空间？**

公司现有产品大约占下游定制家具企业整体采购量的 0.5%-1.5%左右，因每个客户自身产品结构不同存在一定差异。目前，公司产品行业集中度仍然较低。近年来，随着城镇化进程加快、个性化消费理念和绿色环保理念发展趋势，对下游行业产品质量和个性化要求将会越来越高，从而倒逼上游装饰复合材料行业向优质企业集中，因此公司产品市场空间还有较大的提升空间。

**问题 7：公司封边条产品的市场空间有限，是否在品类扩张方面有所推进？**

为突破现有产品业务发展限制，公司确立了未来三年“深耕主业、拓展快装材料产业链”的业务发展主线，公司将通过“自建、投资、战略合作”等手段，深度挖掘现有业务、技术和资源储备与装配式装修装饰业务板块之间的协同关系，积极开拓绿色环保的快装材料及配套解决方案业务，实现公司由“边”到“面”的业务延伸与拓展，从而形成“封边、异型业务稳健成长，快装面材产品快速提升”的整体化协同发展战略。

**问题 8：封边条是否有一定的技术壁垒？如兔宝宝等板材公司，也会生产制造自己品牌的封边条，公司的客户有无自己制作封边条的打算？**

装饰复合材料产品配方多样、工艺技术复杂，其设计、研发和生产需要融合对改性配方、制备工艺以及下游行业发展的深刻理解和经验积累，而技术的改进不仅产生于实验室阶段，更重要的是在大规模生产的过程中对工艺和流程的经验性控制。另行业技术发展主要依赖于企业在生产过程中不断总结和积累经验，非经长期技术积累，难以形成多类别、多系列、多品种的产品结构，难以在规模化生产条件下保证产品质量的稳定性。

伴随着下游行业个性化需求的快速提升，产品的升级换代需要持续不断的技术创新和研发投入。因此，没有深厚的行业技术、经验的积累，将不能持续地对配方和工艺进行改进，难以适应市场快速变化的需求。

**七、附录清单：**

**八、确认签署：**