

证券代码：600894

证券简称：广日股份

广州广日股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2020-1

投资者关系 活动类别	1、特定对象调研（ <input type="checkbox"/> ） 2、分析师会议（ <input checked="" type="checkbox"/> ） 3、媒体采访（ <input type="checkbox"/> ） 4、业绩说明会（ <input type="checkbox"/> ） 5、新闻发布会（ <input type="checkbox"/> ） 6、现场参观（ <input type="checkbox"/> ） 7、路演活动（ <input type="checkbox"/> ） 8、其他（ <input type="checkbox"/> ）
形式	1、现场（ <input type="checkbox"/> ） 2、网上（ <input type="checkbox"/> ） 3、电话会议（ <input checked="" type="checkbox"/> ）
参与单位 名称及人员	长江证券（曹小敏）、高信百诺（云南）、华商基金（梁勤之）、 德邦基金（陶雨涛）、华融证券（李亚东）、华安财保（庞雅菁）、 博道基金（黄奕彬）、中信建投资管（刘泊宁）、西南证券（梁 美美）
时间	2020年4月29日
地点	广州市海珠区新港东路1222号万胜广场B塔17楼会客室
上市公司 出席人员	杜景来董事会秘书/副总经理、巴根证券事务代表/总经理助理
投资者关系活动 主要内容	<p>一、公司董事会秘书杜景来先生对公司2019年年度报告及2020年第一季度报告进行解读。</p> <p>公司2019年实现营业收入61.22亿元，同比增长12.06%；归属于上市公司股东的净利润4.27亿元，同比增长218.20%；归属于上市公司股东扣除非经常性损益的净利润3.91亿元，同比增长630.31%。主要原因一是2019年度公司整机及电梯零部件业务稳健发展，且对联营企业日立电梯2019年度确认的投资收益较去年同期增加；二是2018年度公司对新筑股份股票、对收购原广州松兴电气股份有限公司及其子公司时形成的商誉和无形资产、及其他各项资产计提减值准备金额较大。</p> <p>就2019年全年来看，电梯整机厂商加大了向电梯零部件</p>

及服务供应商成本转移的力度，电梯整机市场价格企稳。受上述影响，公司整机业务毛利有所上升且电梯产销量保持增长，但公司电梯零配件及物流配送业务盈利水平受到了一定影响，毛利率同比有所下降。

受疫情影响，2020年第一季度电梯产业链未完全恢复，下游房地产行业也未能如期复工复产，对电梯厂商的经营冲击较大。公司2020年第一季度净利润下降的主要原因：一是2019年一季度日立电梯受订单结转周期等因素影响业绩同比创历史新高，2020年一季度，疫情对日立电梯的业绩产生了一定影响，日立电梯的业绩同比回落幅度较大，导致公司确认的投资收益同比大幅减少；二是公司从2019年开始执行新金融工具准则，对新筑股份股票以公允价值变动计入当期损益，新筑股份股票2020年一季度的浮盈同比2019年一季度浮盈有所下降。

二、关于公司主营业务发展情况的交流

1. 公司的排产、供货等情况能否从4月份开始恢复正常？公司目前在手订单情况如何？

疫情对公司一季度经营及业绩产生了一定的影响。随着国内疫情逐渐得到控制，从3月下旬开始全国大面积复工复产，房地产、基建等大型项目加快启动。目前来看，公司4月份在手订单情况比一季度好转，排产、供货也正在逐步恢复，与去年同期的差距持续缩小。

2. 公司怎么看待老旧小区电梯加装、改造市场的发展趋势？

近年来，随着我国人口老龄化程度日益加深，国家加快了解决民生工程落地步伐，从2018年政府工作报告中的“鼓励有条件加装电梯”到2019年的“支持加装电梯”，全国各地政府陆续出台了老旧小区电梯加装、改造的扶持政策，使得加装电梯市场关注度持续升温，激发了老旧小区加装电梯业务量

的增长。行业测算目前我国的旧楼加装电梯市场存量较大，可观的业务量也被视为房地产行业增速放缓情况下中国电梯市场的有力补充，后续释放空间潜力较大。公司高度重视该业务市场布局及战略规划，虽然现阶段老旧小区电梯加装改造业务量占公司整体营收比例较小，但保持逐年增长。

3. 目前来看，老旧小区加装电梯市场集中度较高，公司如何看待这种情况？

在加装电梯业务中，公司面对的客户从房地产开发商转变成业主，两者对于品牌选择考虑因素存在不同之处。业主对加装电梯品牌的选择主要受到品牌知名度、产品价格、服务质量及售后服务等多种因素影响。公司高度重视老旧小区加装电梯业务，一是积极推进与各地方政府达成战略合作，通过自主研发 G·Plus 加装专项电梯，为加装电梯市场提供可定制化的专业产品，不断提高产品的市场匹配率；二是组建了加装电梯业务专项小组，为业主提供前期申报、设计、安装等一条龙服务，为公司进一步提升品牌影响力打下了坚实的基础。

4. 公司的收款周期是怎么样的？

一般而言，如为经销订单，通常为买断行为，发货后即能收款；如为直销订单，客户付款 5% 订金即确定为有效订单，付款达 30% 开始进行电梯排产，付款至 60% 可安排发货，付款至 95% 可进行电梯安装。验收完成后，公司将收取除质保金（5%-10%）外的全款。实际收款情况也可能根据客户要求、市场供需、特殊项目需求等因素进行调整。

5. 公司对轨道交通业务有什么规划？

自我国城镇化和轨道交通建设快速推进以来，在国家政策的支持下，轨道交通领域市场前景广阔。公司高度重视轨道交通业务开拓，为此在轨道交通领域进行了大量的前期铺垫，通过建立轨交专项小组、制定相关战略规划及目标、优化产品质量标准等措施，不断提升轨交项目竞标资质。

公司积极关注轨交领域的动向并参与项目投标，近年来成功中标多个城际轨道交通和高铁项目，2019 年公司与日立电梯组成的联合体成功中标《广州市轨道交通新建线路自动扶梯和电梯采购（含安装）及运维服务项目》，中标金额 54.96 亿元，此次签约及实施将有利于进一步提升公司在轨道交通大项目方面的应对和服务能力，扩大公司在轨交板块的影响力，为日后参与更多高质量的轨交项目建立优势。

6. 公司整机产品的定价模式是什么？

公司精准分析产品的目标市场需求，以产品的制造成本为基准，结合参考市场上相似类型与配置的产品价格，在满足成本覆盖的基础上进行产品定价。对于整机来说，其产品价格会根据层高、速度、载重、智能化功能、安防系统等个性化需求而有所不同。

7. 公司是否有其他外延计划？

公司对未来发展有明确的战略规划。为进一步提高公司市场占有率，公司以“通过创新驱动、资本驱动，拓展智能产品和服务应用场景，实现产业向高端智能装备及服务转型升级”的战略定位为导向，在继续深耕电梯行业的基础上，充分发挥上市平台作用，以形成高协同效应为前提，积极进行外延式发展，不断加大楼宇智能装备（电梯主业）、（新能源）汽车零部件、生产性服务业、工业机器人等领域的开拓力度，力争打造新的利润增长点。