

广州广日股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2020-3

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	保宁资本（黄静）、Millennium Capital Management Limited （LuLu Zheng）
时间	2020年6月24日、7月3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 style="text-align: center;">一、关于公司主营业务发展情况的交流</p> <p>1. 公司的经营状况如何？</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%。就2019年全年来看，电梯整机厂商加大了向电梯零部件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毛利率同比有所下降。</p> <p>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，公司一季度营收与同比略有下降。随着复工复产的全面</p>

推进，上游房地产产业回暖明显，电梯市场整体情况呈现出加速复苏的趋势，公司相关业务的订单量和出货量也逐步恢复。

2. 随着房地产产业回暖，公司是否会降低对其他产业的关注力度？

电梯产业作为房地产下游产业，其产销情况主要受到房地产的投资及开发影响，公司电梯业务订单主要还是来源于房地产项目。近年来，房地产宏观调控政策的持续推进，对电梯产业的发展产生了较大的影响。轨道交通、电梯加装、改造及维保市场被视为现有市场的有利补充，未来将成为电梯企业新的利润增长点，业务发展潜力较大。因此，公司在持续关注房地产行业走势的同时，充分发掘其他细分领域的市场机遇。

3. 公司与地产商主要采取怎么样的合作模式？

公司凭借产品、服务、价格三者形成的高质量、高性价比优势，精准定位并拓展房地产目标客户，双方每年通过优先采购、优惠互补、优先聘用后续维保等价值绑定的方式进行战略合作。公司现有主要合作客户以区域龙头地产商为主，包括蓝光地产、中梁地产、河南建业、越秀地产、奥园地产、当代置业等。

4. 公司出于什么考虑发展多元化业务？

公司在稳固发展电梯主业之外，一直积极探索开拓挖掘新的利润增长点，围绕技术相关、工艺相关、市场相关的原则，通过原有电梯产业链上的价值再发现，以及面向未来市场需求的新产业培植。目前来看，该部分业务占公司整体营收比例不高，但公司对其未来发展仍保持积极态度，日后也将根据实际情况制定相关战略规划，争取为公司打造新的盈利增长点。

5. 公司的轨道交通业务发展情况如何？

公司近几年在轨道交通产业领域进行了大量的前期铺垫，包括成立轨交专项小组、优化产品质量标准、制定针对性战略规划等举措。公司在 2019 年相继中标了“京张铁路”、“蒙西

铁路”、“银西铁路”及“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”等项目，前期努力取得了良好的成果。随着疫情影响的逐渐减弱，公建项目陆续从网上竞标方式恢复为实体竞标，项目开标数量也较之前增长，公司明确了挑战性发展目标，更积极参与项目竞标，推进轨交产业加快发展。

6. 公司是否有采取裁员或关闭工厂等方式保证利润水平？

公司作为国有上市公司高度重视履行社会责任，以公司与股东、客户、员工、行业、社会与环境之间的和谐为目标，不断创造价值、贡献价值、共享价值。公司当前经营状况良好，不存在通过裁员或关闭工厂等方式来保证利润水平的情况，公司主要通过采取集约化采购、产品工艺优化、技术改型等措施，有效降低产品采购、设计和工艺等成本费用，实现“降本增效”。

7. 公司现金流情况较同行业其他企业好的主要原因是什么？

受益于电梯行业长久以来形成的收款规则，行业内企业基本都能够按照签订合同、排产、发货、安装几个节点收取相应比例的进度款，确保了较好的现金流入，也是电梯行业健康发展的重要保障。

8. 公司主营产品核心技术和外资品牌是否仍存在差异？

自主品牌与外资品牌在大载重、高速度、大提升高度这些极限技术方面存在差异，一是基础研发能力、测试验证能力仍有提升空间；二是自主品牌产品差异化定位；三是有高端极限梯种需求的客户更偏向于采用外资品牌。随着电梯产业的进一步发展，国内优秀自主品牌的技术研发水平与外资品牌差距正在逐步缩小。

9. 公司如何看待大湾区发展？

公司认为大湾区发展是一个较为长期的概念，区域内各个城市的产业有望充分发挥各自的竞争优势，构建协同发展、具有国际竞争力的现代产业体系。公司总部及华南制造基地位于广州，具备快速响应粤港澳大湾区建设及发展过程中所需的电梯、LED 等相关产品的供应能力。公司会紧跟国家政策，密切关注粤港澳大湾区的市场及发展机遇。

10. 电梯行业价格竞争是否仍然激烈？

目前来看，电梯价格总体企稳。电梯行业是一个竞争较为充分的行业，公司一直积极面对市场风险，并做出合理应对。公司未来将坚决围绕“稳步发展电梯主业，拓展智能制造装备与服务”的战略导向，加大自主研发创新投入，不断完善产业市场布局；在夯实电梯主业的同时，大力发展智能制造及轨道交通等新业务，努力实现从传统制造型企业向制造服务型企业转变。

11. 公司的电梯维保业务怎么样？

公司维保业务近几年发展较快，每年保持双位数增长。主要原因一是公司更加重视维保业务的发展；二是业主更加重视维保质量，对整机原厂维保的需求较以往更加凸显；三是原厂维保的成本及价格更具优势，利润也更为可观。随着中国电梯市场保有量的不断增加，作为目前全球最大的电梯市场，其维保市场的潜力十分可观。

12. 公司的毛利率水平较其他外企对比怎么样？

今年一季度受疫情影响的特殊形势下，公司电梯整体业务收入保持平稳，毛利率略有增长，体现了公司持续推进的降本增效的效果。同时，公司与外资电梯企业的产品与业务结构均存在差异性，不同业务的销售规模及产品毛利率将影响公司总体毛利水平。