

广州广日股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2019-12

投资者关系 活动类别	1、特定对象调研 (√) 2、分析师会议 () 3、媒体采访 () 4、业绩说明会 () 5、新闻发布会 () 6、现场参观 () 7、路演活动 () 8、其他 ()
形式	1、现场 (√) 2、网上 () 3、电话会议 (√)
参与单位 名称及人员	上海石溪投资(秦川、刘帆)、长江证券电话会议(信诚人寿： 杜中明)
时间	2019年11月7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
投资者关系活 动主要内容	<p>1. 公司的在手订单生产情况怎么样？</p> <p>公司近几年重点关注合同执行的有效性。通过结合市场预测分析，严格按照“以销定产”原则制定生产计划，精准预测项目交付周期，进一步降低积压存货的潜在风险，确保公司生产流程正常运转，实现快速周转。</p> <p>2. 如何看待今年日立电梯业绩的高速增长？</p> <p>日立电梯今年的经营成果离不开团队的努力。日立电梯2019年前三季度的盈利情况高于行业平均水平，这都是企业内部综合管理的结果体现。一是日立电梯具有一支成熟的管理团队，其作为行业龙头企业对行业敏锐度高且极具前瞻性，其着力推进的“大客户战略”、“两网战略”等战略规划都取得了良好的效果。二是日立电梯具备领先行业的创新及研发能力，其坚持围绕“产品、服务、管理”三方面进行</p>

创新改革，将企业创新能力落到实处。三是日立电梯具有强大的整合能力，在优秀的管理团队带领下，日立电梯不仅外部具有强大的市场竞争力，内部也坚持围绕“双增双降”开展整合，通过采用替代性材料、工艺改革等措施提高产品附加值，进一步强化了成本管控。

3. 公司对电梯维保业务有什么规划？

目前来看，海外发达国家的电梯维保市场较为成熟，维保业务也是其电梯企业的主要盈利点。相对而言，中国电梯维保市场还不成熟，一方面是中国新增电梯销量还处于正增长水平，维保收入占比相对较低；另一方面是国内当前有众多第三方维保商，其提供服务的质量水平参差不齐，整体维保市场还处于低水平发展阶段。

目前，公司的维保业务每年保持约两位数增长。为进一步扩大维保市场份额，提高电梯自维保率，公司全面推进“两网一战略”的营销策略，加大战略客户开发力度，并向其提供电梯后维保服务，鼓励其与公司签订电梯维保服务协议；其次，公司注重全国各地的维保站点、分子公司、服务站点等建设，以实现维保服务全覆盖为中心，为客户提供专业、及时的维保服务。

4. 公司怎么处理与经销商之间的维保业务分配？

优质的经销商是公司主要的业务合作伙伴之一。公司本年度继续推动市场纵深发展，积极给予核心经销商更多的授权。在维保业务方面，公司与经销商合理分配项目，保持业务管理的公平、高效，不断深化双方友好合作关系，实现双方共赢。

5. 旧梯更新、改造的高峰期大概是什么时候？

关于电梯的使用年限目前尚无国家标准。以广州市为例，根据《广州市电梯安全管理办法(2015年修正本)》规定，当电梯使用期限超过15年、故障频率高影响正常使用、电

梯使用管理者认为需要进行电梯更新、改造或者重大维修等情况出现时，电梯使用管理者可以委托电梯检验检测机构或者原电梯制造单位进行安全技术评价，根据评价意见作出电梯更新、改造、重大维修的决定。

近几年，虽然中国电梯市场从前期的高速增长向平稳增长转变，但随着中国电梯保有量的不断增加及梯龄的增长，结合政府相关电梯安全管理规定的推动，旧梯更新改造的需求理论上将会逐步释放。

6. 公司 LED 车灯业务怎么样？

在汽车照明业务方面，公司坚持以项目促进产品与市场接轨，以项目促进研发技术提升，把技术作为市场竞争优势。公司子企业广日电气 2018 年在新能源汽车行业进行了初步探索，并与奇点汽车、兆宏科技等合作伙伴达成战略合作，进一步巩固了广日电气的技术研发创新能力。同时，2019 年上半年，广日电气筹划并建立了国外车灯专业网站，继续加大 EFG 品牌推广力度。目前来说，LED 车灯业务占公司整体营收比例较小，广日电气的主要收入来源仍为电梯零配件业务。