

广州广日股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2019-11

| | |
|-----------------|--|
| 投资者关系 活动类别 | 1、特定对象调研（ <input checked="" type="checkbox"/> ） 2、分析师会议（ <input 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 checked="" 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 | 长江证券电话会议（上海汇益资产：朱亚峰、交银施罗德基金：郭若、中信资管：韩庆、华商基金：梁勤之、源乘投资：刘建忠、高毅资产：庞涛、长江证券：王伟、盛世景资产：熊英、国信证券：渚扬、海通证券：陈凌飞、德邦基金：陶雨涛）、睿远基金（陈术子）、申港证券（夏纾雨）、富利达资产（樊继浩）、群益投信（洪玉婷、林泳成） |
| 时间 | 2019年10月30日、10月31日、11月1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. 订单转为公司收入大概需要多久？ 一般情况下，公司在电梯产品验收完成且收取质保金（5%）外的全款后即可计为营业收入。房地产项目的订单转换周期一般约为3至6个月，不排除更长时间的可能性，具体转换周期视房地产企业的实际情况而定。</p> <p>2. 从日立的订单增速来看，今年可达到什么水平？ 日立前三季度的订单量和出货量均高于行业平均水平。日立本年度第一、二季度营收涨幅较大，三季度有所收窄。全年来看，预计日立电梯的业绩会呈现同比增长，盈利能力较去年</p> |

也有一定的提高。

前两年，中国电梯行业一直存在原材料高位运行、价格竞争激烈、人工成本上升等问题，从而导致市场毛利率持续下降。在上述背景下，随着小型电梯厂商逐渐被市场淘汰，一些潜在市场空间逐渐被释放，大型电梯企业借此机会再度扩张，进一步提高自身市占率。

3. 公司三季度利润下滑的主要原因是什么？

公司主营业务每季度的业绩变化并不以线性关系呈现。公司三季度净利润同比下降的主要原因一是日立电梯三季度业绩放缓导致公司投资收益减少；二是公司在年初执行新金融工具准则后，持有的新筑股份（股票代码：002480）的股票作为“以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产”进行计量，2019年第三季度影响公司利润约1,800万元。

4. 公司三季度整机毛利率是否有回升趋势？

为实现公司可持续发展，公司接下来将进一步修复主营业务的毛利水平。从今年前三季度来看，公司整机产品毛利率稍有回升，主要原因为电梯原材料价格同比回落，以及公司本年度全面落实的“双降双增”措施成效逐渐凸显，积极开展企业内部整合，通过新材料应用、工艺革新、提高各工业基地与各分子公司间协同效应等方式有效地进行成本管控。

5. 公司在轨道交通行业有什么中标项目？

自我国城镇化和轨道交通建设快速推进以来，轨道交通产业一直是公司子企业广日电梯市场开拓的重要目标之一。广日电梯紧跟国家战略部署，通过设立专项小组重点攻关轨交项目，本年度先后中标了福州至平潭铁路电梯项目、蒙西至华中地区铁路煤运通道工程、北京至张家口铁路沙城站新建及北京北动车所站后工程、柳州铁路工程建设指挥部桂林站站房改造工程等项目，实现了华东、华南、华北、西南各区域轨交项目的全面开花，为日后与全国各地铁路系统的深度合作奠定了良

好基础。在城市轨道交通方面，今年9月广日股份与广日电梯、日立电梯组成联合体投标广州市轨道交通新建线路自动扶梯和电梯采购（包安装）及运维服务项目，联合体系第一中标候选人。

6. 公司怎么看旧改、加装市场？业务量有多少？

国家对老旧小区电梯加装、改造的推动作用明显，各地政府相继从“鼓励有条件加装”到“鼓励加装”的政策转变，相继出台电梯加装、改造相关扶持及补贴政策，激发了老旧小区加装、改造业务量的增长，该部分业务逐渐成为近几年房地产行业增速放缓情况下中国电梯市场的有力补充。

公司自主研发了G·Plus加装专项电梯，并积极推进与地方政府达成战略合作，进一步提高了相关产品的市场匹配率，不断扩大电梯加装及改造业务规模。目前，房地产项目仍占公司电梯业务总销量的主体。旧改及加装业务销量保持逐年增长但占比不高。

7. 电梯行业的集中度是否会继续提高？

为适应竞争激烈的市场环境及扩大市占率，近两年大型电梯企业相继通过推出中、低端等经济型电梯来调整产品结构，也迫使小型电梯厂商逐渐被市场淘汰，电梯行业的集中度不断提高，行业集中度的提高有利于电梯产品价格的稳定和毛利水平的恢复。

8. 公司海外业务经营情况如何？

随着国家“一带一路”政策的推动，公司紧跟国家发展步伐，正逐步加大主营业务的海外市场营销布局，但总体海外业务占公司总体营收比重仍较小，公司的海外业务仍需要时间培育。从行业发展现状分析，当前中国已成为全球的电梯制造中心和最大的电梯市场，电梯产量、保有量、出口量都逐年提升。

9. 公司市占率大概是多少？是否有提升的趋势？

今年来看，公司子企业广日电梯市场份额占比约为3%，

联营企业日立电梯市场占比高于 10%。公司市占率逐年有所提升。

10. 公司今年一、二季度业绩大幅增长的原因是什么？

公司今年一、二季度业务较去年大幅增长的主要原因在于三点。一是国家 2018 年度房地产去库存措施的推进效果明显，带动 2019 年上半年大型房地产企业集中竣工交付，拉动电梯行业龙头企业业绩大幅增长；二是基础设施、轨道交通的新增建设及更新升级，老旧电梯更新改造、旧楼加装电梯需求增长等因素也催生了电梯产销量的增长；三是公司联营企业日立电梯业绩增长良好，公司享有的投资收益使公司今年一、二季度业绩增长幅度较大。

11. 房地产行业逐渐回暖是否可以预计公司明年业绩可以保持增长？

公司目前对于房地产行业的变化保持谨慎态度，主要原因在于该行业未出现一些政策性或经济性大幅回暖预期，预计明年房地产行业更趋向于平稳发展。