

惠达卫浴股份有限公司投资者见面会

会议纪要

会议时间：2019年5月23日（星期四）14:00-17:00

会议地点：河北省唐山市丰南区沿海工业区惠达家居园二楼会议室

会议方式：现场召开

参会人员：

出席会议的投资者：新华基金、广发证券、中庚基金、久联资产、中信建投、天风证券、中联投资、长江证券、光大永明资产、方正证券、海通证券、平安养老保险、国盛证券、平安资管、申万宏源、国泰君安、兴业基金、安信证券、民生证券、东吴证券、兴业证券、西南证券、华创证券、招商证券、中银国际、中信证券、东北证券、建信基金等投资者代表共计34人（排名不分先后）。

公司参会人员：公司总经理王彦庆先生，公司副总经理殷慷先生，公司财务总监王佳女士，公司董事会秘书张春玉先生，公司副总经理，惠达住宅工业设备（唐山）有限公司（以下简称“惠达住工”）总经理杨春先生，惠达住工副总经理黄旭升先生、黄克敏先生等。

会议内容：

本次投资者见面会由公司董事会秘书张春玉先生主持。公司相关参会人员就参会股东单位、投资者提出的具体问题进行了解答，主要内容如下：

1、请问：传统卫浴经销商的净利润有多少？开店的动力是否强？

答：经销商毛利在30%-40%之间，影响利润的最重要的因素是销售量，其次是经营成本。市场这两年确实有压力，随着精装房比例越来越高，公司需要更大投入进行促销。在这样的市场环境下，首先遇到困难的是小品牌，所以很多卖场具有一定的空位，这给我们开店提供了好的条件。但是随着市场的变化，经销商也需要转型。整个零售渠道需要扩展，包括异业联盟，家装渠道和工程渠道等等。

公司2019年会继续指导经销商开店但会注重全渠道下沉。做实“零售铁三角”——新增店面+单店店效+全国联动，进驻主流卖场。在占据中端市场，剑指高端市场的同时，实现产品全渠道下沉，发力县、镇市场，增开社区店面。

零售门店在增加的同时也会有所调整，升级改造，优胜劣汰是必然趋势。

2、请问：中国住宅的房型比较复杂，整体浴室产品我们针对不同的户型都要重新设计、开模吗？新开模的成本有多高？

答：目前地产也在转型，户型都在标准化，以龙头地产商万科为例，住宅就是几个户型，公寓也是几个户型，这为我们批量化生产已经铺平了道路。我们第一期的投入就覆盖了 70% 左右的主流户型。新开模的话，一平方米 30-50 万元不等。

3、请问：为什么整体浴室最近这几年才比较好？

答：整体卫浴要发展起来需要三个条件，一是政府的政策补助，二是技术的成熟，三是供应链配套完备。在中国，整体浴室的发展经历了三个阶段，1996 年-2006 年，开始提倡整体浴室，但是政府并没有相应的政策支持；2006 年-2016 年，一些企业开始静静的经营，出现了一定的行业空间；从 2016 年开始，国家陆续出台了一些政策，支持整装浴室。目前政府提倡装配式建筑，装配式装修离不开整体卫浴，整体卫浴可以解决装配式建筑的痛点。

4、请问：国内产品主要供给公寓、酒店，实际上民用市场的空间很大，推广力度和趋势没看到，是什么原因呢？

答：是由于产品特点决定的。生产整体浴室首先要派任勘测，目前工程项目跑 2-3 次，在安装技术上做不到 DIY，并且我们需要做回访，如果做住宅类项目，会增加大量的人力成本。目前事情太多，精力有限，要抓大放小，所以我们先瞄准工程。随着住宅产业化发展以及装配式建筑的推广，实现 C 端业务是有可能的，但是需要循序渐进。

5、请问：整体浴室售价如何？

答：售价和不同客户群体及面积大小有关，住宅的售价一般在 10000 元以上，公寓一般是 6000-10000 元。

6、请问：公司资产负债率低，前些年的发展态度稳健，近两年为什么态度变得积极了？公司未来的产值规划如何？

答：公司从 2011 年开始筹备上市，在筹备上市的过程中公司主要采取稳健的发展战略。公司上市之后，随着人才的引进，资金的充裕，以及行业加速整合的趋势，如环保严格、社保严格等，小企业将会被加速淘汰，马太效应明显，因此，公司加大投入，提高市场占有率。

产能规划方面，年产 280 万件卫生陶瓷二期项目已经进行投产，可年产连体坐便器、智能坐便器 65 万件；重庆基地也在发力，一期年产 80 万件智能卫浴产品的卫生陶瓷生

产线，已开始施工，预计 2020 年 5 月投产；惠达住工即将投产，预计到 2019 年年底形成 5 万套的年产能。

7、请问：整体卫浴和传统卫浴成本差异主要在哪？

答：整体卫浴采用 SMC 材料，单从原材料看成本较高，但不能单纯的比较原材料成本，传统卫浴的装修成本很高，人力成本大幅提升且效率不高。从综合成本来看，目前整体卫浴和传统卫浴的成本几乎持平。

8、请问：贸易战是否会对公司盈利造成影响？

答：公司管理层一直密切关注贸易战的发展态势，公司与美国的业务收入占比不到 10%，不会对公司造成太大的影响，同时公司也会加大其他海外市场的开拓，以分散风险。

9、请问：整体卫浴行业的竞争壁垒是什么？

答：第一，人才壁垒，研发、生产、销售整体卫浴需要专业的团队，不是个人可以完成的，资金可以解决硬件问题，但是不能解决软件问题；第二，材料壁垒，整体卫浴对于原材料供应能力要求较高；第三，资金壁垒，整体卫浴需要借助实力雄厚的大企业才能发展的更好。

10、请问：与自身相比，公司产能建设虽然较前几年相比有所加快，但是跟其他行业龙头相比还是比较慢,公司的产能建设速度是处于怎样的考量？

答：从行业来看，陶瓷生产线机械化程度较高，建设周期比较长，现在建设一条生产线要 18-19 个月。公司的年产 280 万件卫生陶瓷二期项目，属于工业 4.0 生产线，是世界先进型生产线，已于 2019 年 1 月投产。重庆 80 万件智能卫浴生产线项目将于 2020 年 5 月投产，总体来看，公司的生产线建设速度不慢。

惠达卫浴股份有限公司

2019 年 5 月 25 日