

深圳中天精装股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2020-016

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他—腾讯会议
参与单位名称及人员 姓名	国盛证券研究所 何亚轩、廖文强 汇添富基金 赵鹏程、徐逸舟 广发基金 代振华 景顺长城基金 余广、梁荣 交银施罗德基金 王少成 金鹰基金 孟思锜 天弘基金 周强 宝盈基金 朱建明 中融基金 熊健 中海基金 梁静静 红土创新基金 陈方园 东吴基金 徐增、吴昌柏 高毅资产 袁野 中银国际资管 李娜 东北自营 金佳音 长江资管 张剑鑫 朴信投资 韩登科 长乐汇资本 张小仁 天虫资本 盛军锋 基石资本 魏婷 WTAssetManagement 学识 BNP 王国光
时间	2020年10月28日 11:00-12:00

地点	腾讯会议方式
上市公司接待人员姓名	总经理张安、财务总监兼董事会秘书毛爱军
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、请介绍一下公司前三季度的业绩实现情况。</p> <p>面对今年疫情的影响以及房地产行业宏观调控不断收紧的严峻形势下，公司在克服房地产行业以及公司自身前2年的快速增长引起的甲、乙双方管控能力都被较快稀释的情况下，整体经营依旧保持了稳健发展。</p> <p>主要会计数据和财务指标等情况如下：</p> <p>1、资产情况：</p> <p>截止2020年9月底，公司资产总额29.39亿元，比上年末19.98亿元增长47.1%；归属于上市公司股东的净资产为15.96亿元，比上年末7.20亿元增长121.5%。增长最主要的原因是因为公司今年上市导致净资产增加，以及今年实现的利润增加所致。</p> <p>2、业绩实现情况：</p> <p>1) 2020年1-9月，公司实现营业收入18.54亿元，与去年同期相比增长19.15%；实现归属于上市公司股东的净利润1.56亿元，同比增长7.38%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益净利润1.49亿元，同比增长4.09%。</p> <p>2) 公司盈利质量好：收现比（收到现金/营业收入）=91%，比去年同期和上半年提升。经营活动产生的现金流量净额1542.23万元，同比下降60.83%，下降的最主要原因是因为公司今年新增了6500多万的非现金收款，这部分票据暂时没有贴现，导致今年的经营性现金收入减少所致。如果将6500万倒算回去，经营性现金净流入比去年同期增长104.14%。总体看，公司利润含金量较高。</p> <p>3) 公司实现基本每股收益为1.24元，同比去年下降3.13%，主要是因为今年公司上市新增股本3785万元，股本总额增加，则每股收益下降。公司1-9月加权平均净资产收益率为14.88%，仍属较好位置，同比去年下降37.08%。也是因为公司上市，公司的净资产比去年大幅增加，导致平均净资产收益率下降。</p> <p>3、利润增速低于收入增速的分析：</p> <p>公司今年营业收入对比去年同期的增长，是在一个公司预期的合理范围。实现的ROE也还在预计值。只是利润的增长率低于收入的增长率，可能让投资者有些小幅失望了，最主要的原因还是因为客观环境以及特殊较大工程合同的范围发生了变化，导致毛利率下降了2%所致。具体主要有3个方面的原因：</p> <p>1) 疫情的影响：</p> <p>一季度二季度，疫情导致项目开工较晚，但各项管理费等刚性支出必须要发生。</p> <p>第三季度，体现比较明显的是，因为疫情耽误了工期，导致土建的作业面移交给装修单位也发生了延迟，业主方不愿意给予合理的延期，甲方要求装修单位必须在原定时间完工，导致发生</p>

了未予补偿的赶工费用。

2) 部分地方政府对于工程的验收标准更严格:

由于宏观情况不好,房地产市场今年发生的投诉比较严重。不少政府基于投诉压力,对竣工备案标准把握较严,预留时间较多。有的地方政府要求项目干完验收才能开始销售,这样导致甲方也同时要求装修单位大幅提前交付时间,导致发生大量的赶工成本。

3) 特殊较大工程项目的承包范围发生了改变:

公司今年最大单的工程项目,以前属于甲供材的部分,现在包含在公司的承包范围内,这部分材料超过1个多亿,但是取费只有1.5%,导致全公司整体毛利率下降了0.71%。

以上3种情况,在今年4季度也会依旧存在。公司今年全年都需要消化这些因素的影响。这个只是一个时间段的问题。到了明年,消除了这些影响,加上公司的人员管理也更加成熟,公司的毛利率应该会在一个稳定的合理范围内。

考虑今年发生的疫情、政府验收等预期外的情况,公司判断,全年利润的增长和收入的增长应该会大体匹配。当然现在也不能完全下结论,主要是因为今年下半年又新增了房地产行业三条红线的影响,应收账款的回收是否能达到预期还不能完全判断,这个会影响坏账的计提以及公司的整个业务情况。虽然前三季度收现比,比去年有提升,经营性现金流也比去年和上半年改善,但我们对于三条红线的影响还是无法看清楚。所以对于今年的全年增速,公司保持合理谨慎的态度。

4、公司目前进行的一些管控措施

1) 对于市场开拓:

市场开拓,一直都是公司的一个短板。公司前些年度,主要是靠公司口碑和大股东个人在业内的知名度承接业务,虽然这几年公司也有所改进,新增了市场部门和市场营销人员,但是公司发现坚朗五金的股价表现非常优异,各项增长速度都非常快,发现其营销人员占比特别高。公司意识到要想更快发展,这些市场人员,其实是远远不够公司的发展需要,公司最近又在大幅扩招市场营销人员,大力加强营销人员的培训,同时进一步完善公司的市场营销管理制度和加强营销管控力度。公司坚定地认为,大力拓展更多的客户资源,不对原有的客户形成依赖,才是一个公司健康成长和发展的基石。

2) 继续加强公司内部管理,提质增效

由于公司的快速扩张,公司新人也大幅增加,公司的管理精度稀释过快,公司的成本管控能力和利润实现也没有达到预期。公司目前也在全力狠抓员工的教育培训工作,加强项目的预算管理、过程控制、质量控制、结算管理和收款力度。公司希望这些新人,经过一定时间的沉淀,能够提质增效,让公司在未来的一年能够取得更大的成绩,不辜负投资者的期待。

公司也诚挚地向各位投资者表示歉意,公司的利润没有达到期望值。

2、请介绍一下公司的业务开展情况。

公司从上市以来,整体发展态势良好。公司主要有三个优势:

一是有人，公司目前在职员工在 1400 人左右，为公司的业务发展提供了充足的人力资源；二是有钱，在如今艰难的市场环境下资金充足毫无疑问是一个强有力的竞争优势；三是有口碑，今年我们的项目拿到了不少奖项，客户的满意度进一步得到了提高。但遗憾的是，公司的这些优势还没有进一步转化为对公司业务的有力提升。

公司在管理方面有一些新的举措：

- 1) 加强市场营销，大力扩充营销队伍
- 2) 加强片区管理

年初公司的片区已经达到了 16 个，一些新的区域已经开始进驻新的城市、承接新的项目了。原有的区域也在积极开拓新资源，像西北区域，也进驻了新的城市——银川、西宁，也开辟了华北市场。公司会继续加强对各个片区的建设，不断进驻新城市，开发新客户。

- 3) 加强内部管理

去年高速增长让我们认识到公司在管理方面存在的一些漏洞，公司也在不断反思，在投标、策划、应收账款的收回等方面进行查漏补缺。公司会始终立足于批量精装修市场，心无旁骛，深耕主业。

3、不管是相对于去年同期还是今年二季度，公司收入与利润的增速都有所放缓，原因是什么？

- 1) 收入放缓：

相对于去年同期来说，确实是因为去年的增速太快了，基数过大；相对于今年二季度的增速，是因为今年 1 季度疫情爆发项目开工延缓，所以在二季度回调导致增速会高一些。

- 2) 利润放缓：

三季度出现了一些项目因为疫情导致的土建移交延迟和政府验收的变化导致了一些没有补偿的赶工成本的发生。

但由此也暴露出公司内部管理存在的一些问题，公司今年是查漏补缺、不断完善内部管理体系的一年，追求稳健的、有质量的增长。

4、前面提到公司三季度的毛利率受到单一大项目甲供材的影响，会对公司后续甲指、甲供的占比趋势产生影响吗？

这个项目具有偶然性，具体来说是甲方的一个试验，将以前甲方负责的部分委托给我们进行管理，1.6 亿的项目，1.1 亿属于甲供材、甲分包，但是并没有对这一部分支付足够的管理费用，由此导致单一项目引起毛利的重大变化。从全国范围看，这种情况极少，是一个偶然现象，对公司未来的甲指、甲供占比趋势不具有一般性的指导意义。

5、请介绍一下目前公司的客户结构？

公司目前的前五大客户如下：第一是万科，占比 30.88%；第二是美的，占比 12.43%；第三是保利，占比 7.24%；第四是融创，占比 5.17%；第五是旭辉，占比 4.52%，前五大客户与之前相比，没有发生明显变化。

从公司最新的情况来看，基于对市场风险的考量，认为原先的客户依旧需要进行优化，公司加大了与一些优质的国企、本地知名房地产企业的合作。在公司已开工和即将开工的项目中，万科依旧排名第一，第二是迅速上升的保利，目前保利的在建项目达到了 22 个，且均是市场竞争的结果。而且保利已经开始战略招标了，公司也希望能够争取再次扩大与保利的合作范围。除了保利，还有几个优质客户的占比也处于上升趋势，比如说中海、仁恒等。2020 年公司十分注重客户的优化，希望能降低潜在的风险，在这种考虑下公司新的客户结构会更好一些。

6、当前行业的整体政策环境处于一个大变的时间窗口，公司的经营策略是如何来进行调整的？

公司目前处于一个特别好但又特别谨慎的状态，主要就是因为三大红线的规定对于房地产商的影响是很大的。我们是希望头部的地产商能够更加稳健，部分激进的地产商的市场份额能够降下来，这样整个市场就会更加健康。公司在这个时间窗口还是保持一个谨慎的观望状态，坚持严格筛选客户，我们也希望与行业内的专家多沟通、多交流对相关政策的看法。

7、公司三季度以来整体的回款趋势怎么样？票据的占比增多了，未来会延续这一趋势吗？

今年公司总共收了 7450 万的票据，占比最多的华润就达到了 3254 万，接下来是美的、雅居乐、保利。雅居乐主要是因为结算太久，为了早日收款接受了一些票据，其他客户主要是出于对其资金能力强，信誉度高的考虑。且目前公司资金状况良好，客户对于票据贴现也会给予一定的贴息补偿，公司在判断安全性后会接受一些商票。受到市场大环境的影响，公司认为短时间内收款不会太乐观，但是对于商票的接收还是持谨慎态度。

8、介绍一下公司的“小班组”模式。

公司劳务采购采取“小班组”组织模式，即单一项目按不同工艺专业分别聘请劳务班组，并保证各个专业作业流程有两个以上班组参与并相互竞争，从而使公司对劳务供应商在工程质量、作业效率和采购成本等方面有较强的掌控能力。公司目前全年工程项目直接协调调度的劳务班组数量达 700 多个，同个区域的多个项目之间可以直接进行劳务资源的调配，体现出公司良好的班组管理能力。

另一方面，农民工队伍，毕竟不是产业工人。既有善良勤劳的一面，只要有活干付够钱就很满足，也有需要提升的另一面。在劳务工职业化培训的道路上，公司和我们国家都还有很长的路要走。

9、随着公司规模不断扩张，管理半径的扩张是否能够跟上？

公司实行“1+N”的模式，1 个总部加上 16 个区域，区域下再分为各个项目。总部设立采购部、工程部、市场部、工程部等职能部门对项目从投标到施工再到结算做到全方位把握，为一线管理团队提供各种支持。这种矩阵管理模式在公司多年的试验和

	<p>IT 部门的信息化支撑下发挥了其应有的作用,有效提高了公司的经营效率,能够满足公司规模扩张的需要。</p> <p>10、三道红线试点以来公司的下游需求是否受到了一定的影响? 下游需求依旧是强劲的,只是我们在挑选客户的时候更加谨慎。</p> <p>11、请展望一下今年与明年的经营趋势。 整体上说,我们比较担心政策带来的波动到底有多大。但是公司会一如既往的扩大市场开拓力度,尽管市场有一些不好的情况,但是公司有公司的优势,公司目前的市场占有率也只有 1%,公司对于未来的发展依然保持乐观估计。</p>
附件清单 (如有)	
日期	2020 年 10 月 28 日