

# 深圳中天精装股份有限公司

## 投资者关系活动记录表

编号：2020-012

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" 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 type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	荣腾投资    童敏龙 招商基金    孙恒业、黄馨宜 中融基金    徐稚涵、熊健 华西证券    杨维维 华创证券    王斌鹏 鹏华基金    商轶 若汐基金    付欣 景顺长城    徐超 港丽投资    田小样 长乐汇资本 陈方园、邹嘉鸿、赖建清
时间	2020年9月18日 10:00-12:00
地点	公司会谈室
上市公司接待人员姓名	董事长乔荣健、财务总监兼董事会秘书毛爱军
投资者关系活动主要内容	<p><b>1、房地产行业有一个竣工周期的问题，判断一下近两年的竣工高峰点？</b></p> <p>一般开发周期3年左右。哪怕销售量最高点已过，对精装修这个最后一个环节，也是在2-3年后才是高峰点。近两年统计数据表明，每年房地产的销售量大概是17万亿对应大约1700万套，以住</p>

## 内容介绍

宅建筑为主。其中，精装房渗透率不到 30%，据此计算精装房每年交付量大概是 450 万套，而中天精装去年交付量是 4.5 万套，市场占有率只有 1%左右。国家对于房地产行业的政策一直是希望其健康稳定发展，年度交付量预计会保持相对稳定，但是精装房渗透率会提高。因此对于市场不需要过度担忧，也不需要过度乐观，我们相信会稳定发展。

### 2、最近央行及其他部门以“三道红线”为标准对房地产企业的融资做出了诸多限制，您认为这个政策是否会影响房地产头部企业的扩张速度，从而对公司产生不利影响？

政策的出台从长期来看是一件好事，能够控制房地产企业的负债率，我们认为对供应商来说更加安全，符合我们公司的风格与倾向。公司优选项目与甲方，今年我们客户的付款条件没有发生明显变化。

### 3. 今年一二季度可能由于疫情的影响导致精装修的交付量大幅降低，但是从 7 月的数据来看仍然呈现下降的趋势，精装修的渗透率今年是否会下降？

精装修是房地产销售的最后一环，地产商大多在 2-3 年前已与小户主形成契约关系，交付时间在疫情前早已确定，因此短期内并不会产生较大影响。另外，按照惯例，6 月 30 日是各大房产商半年报结算的一个高峰期，7 月相对来讲是处于一个低谷。

前两年政策大力引导发展精装修，但是部分城市的很多企业准备不充分，由此引发了进度拖延、质量低劣等相关的群诉事件，所以政府对于精装修也更加谨慎。这对于我们也是好事，市场更加需要像中天这样资金能力强，注重质量的公司。从业者的角度来说，我们希望精装修的渗透率能平稳健康增长，不要一窝蜂弄坏了事。

### 4. 近几年精装房的造价是什么发展趋势？

中天精装 2019 年每平方米的造价是 550 元，从历史上看呈上升趋势。随着经济的发展，人民收入增长、生活水平不断提高，各种材料、人工成本也会随之上升，所以精装修的造价将来仍会呈现出上升的趋势。另外，如果公司整合能力不断增加，客户将更多内容项纳入合同范围，造价也会上升。

### 5. 公司是否具有平台来实现项目的可复制性？

公司长期致力于提高自身的信息化和标准化水平以实现项目的可复制性。

从信息化来说，公司高度重视 IT 建设，20 多名员工专职开发各种流程软件。上市募投项目中包含 6000 多万的信息化建设项目。目前还外聘专家团队开发数字中台等各种系统，会将公司的管理带上一个新的台阶。

从标准化来说，分为三个方面，一是产品的标准化，公司立足于精装修的中端市场，不同客户、不同城市之间产品的差异化并不大，模式上可以通用；二是内部组织的标准化，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。三是公司发展的核心——“人”，公司具有健全的培训体系，能够将一个基层管理人员培养成能独当一面的项目经理。公司下一阶段人力资源方面主要是优化人员结构、优胜劣汰，要增加骨干力量。

#### **6. 公司的订单情况如何？**

公司二季度订单 5.46 亿元。目前订单一切正常，在手任务量是不错的，但可能受甲方影响延期交付，这样就会影响公司产值。从行业普遍情况来说，下半年的产值是全年的高峰。公司始终坚持优选客户、优选项目，对今年业绩增长保持乐观态度。

#### **7. 公司对于未来规模的展望？**

公司立足于中端市场，主要的竞争对手来自于区域性的中小企业，但是这些中小企业大多未能形成全国布局。公司已成立 16 个区域，业务涉及 50 多个城市，对未来的发展规模抱有乐观估计。公司认为精装修行业集中度的提升，会快于地产行业。

#### **8. 前面讲到了公司的各种平台来实现可复制性，那么如何实现工程、也就是一个楼盘的可复制性？**

同一客户不同城市的产品相似度极高，公司将项目按核心工序、步骤拆分出 50 多个节点，对每个节点的进度、质量情况进行单独的量化考核，确保项目质量和总体进度。批量精装修的重复性强，公司已经做到了专业化分工、流水化作业。

#### **9. 公司如何回款？**

建筑装饰工程的工程施工过程中耗用资金较多，为使建筑装饰企业在施工中耗用的资金及时得到补偿，通常客户会在施工过程中按月或按照工程进度节点向我们支付已完工合同金额的 70%-85%，一般是按月支付。同时我们对劳务的支付也是采取进度款的方式，每月支付其完成工程量的 70%左右。一般来说，项目 3 个月便可达到收支平衡。

公司是按照零售行业的标准管理企业现金流，追求经营性现金流入接近营业收入、经营性现金流净额接近净利润，尽管目前还有一定差距，但是我们一直在努力。

#### **10. 随着公司后续规模不断扩大，所需的劳务工越来越多，如何实现劳务工的管理与调配？**

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。

**11. 公司毛利近几年的毛利率有下行的趋势，未来的毛利率会是什么情况？**

公司近几年毛利率下降有以下几个原因：一是 2016 年营改增的政策影响；二是 2017 年 IPO 被否后，公司当时为实现客户的多元化，适当调低了项目竞标时的预期毛利率；三是今年上半年疫情的影响，项目无法正常开工，但仍有大量固定成本支出。今年公司采取各种措施提高毛利率与净利润，例如：加大了应收账款的回收力度，减少坏账；减少项目材料的浪费、加强工具的重复使用等等。公司的目标是希望维持并提升毛利率、净利润率。当然，今年疫情的影响已客观存在、另外公司扩大规模也会存在因新客户、新地域、新员工、新班组以及新标准引起的磨合成本而导致毛利率下降的风险。

**12. 公司在材料采购上相对于同行业公司具有价格优势吗？**

公司付款快，不拖欠供应商的材料款。凭借过往良好的信誉通过与供应商友好协商缩短相关采购款的支付周期，降低采购成本，从而获得价格优势。

**13. 公司现在在万科中的占比是多少？**

我们曾经是万科最大的精装修供应商。公司走向资本市场，监管部门要求我们，我们自己也意识到要降低单一客户的依赖性，客户开拓多元化。近 3 年，公司在万科平均占比 4% 左右，目前，公司仍属于万科精装修的第一阵营。

万科管理规范、成熟，属于国内最优秀的房企之一，但是选择供应商要求也高，我们希望在万科的营收绝对额和占比，都能稳定中有提升。

**14. 如何看待像欧派这样的材料供应商绕开我们直接向房地产商供货这种业务模式？这是否会会对我们的业务扩张造成影响？**

相对而言，房地产企业支付能力更强，规模更大，直接向其供货是符合市场规律的商业选择。像欧派橱柜这种专业化程度高的材料，一般属于精装修模式中的甲分包，不在我们的合同范围内，他们是直接与开发商进行合作的，并不影响我们的市场份额。

**15. 装修总包与甲分包这种各自施工模式，装修单位与甲分包是否会产生纠纷？**

房地产和工程行业的内部管理水平和协作，与制造业相比还有很大差距，浪费、扯皮和无效成本很多，同一项目不同施工方之间确实是会发生一些相互索赔。作为建设单位和装修总

	<p>包如果能够发挥指挥和协调作用，特别是协调作业交叉时点，可以有效减少一定的纠纷。</p> <p>实际过程中，我公司涉及的项目，索赔金额比例很低，更没有发生诉讼等法律纠纷。</p> <p><b>16. 公司 2013-2019 年累计的营业收入总数，和累计的现金收入总计，并不相等，为什么？</b></p> <p>通常情况下，项目在施工过程中，收款比例一般只有完成量的 70%-85%；工程竣工验收后，转入应收账款的剩余工程款仍然占到合同总额的 20%左右，该部分工程款除 3-5%的质保金要到质保期结束收取外，其余需待工程竣工结算完成方可收取，而从工程完工到竣工结算所需时间为 6-18 个月，项目竣工后的质保期通常为 2 年，所以这其中会有一个时间差。这个就是累计的营业收入和累计收款数额之间的差异，体现在会计报表的应收账款等会计科目。</p> <p><b>17. 展望一下未来，是否会保持一个平稳的增长率？</b></p> <p>10 年来，今日 4000 家上市公司中，达到 ROE 在 15%以上的公司只有 31 家。我们认为 ROE 是所有财务指标中最关键的指标，公司的 ROE 在 2019 年最高为 29%，过去五年平均是 22%，一直保持在高位。公司上市后净资产接近翻倍，但对今年 ROE 指标保持在较好的位置比较有信心。</p> <p>中天精装是一家学习型的公司，我们向中海地产和美的置业学习成本管理；向中国人寿学习视付款如同救命；向中国建设银行学习扁平化管理，向万科学习价值观，比如：阳光下的利润、坚持有质量的增长，在均好中加速等等。我们将一直秉承优秀合作伙伴的优良传统，苦练内功、提高管理效率，追求长期、持久、稳定的增长。</p> <p>公司认为：发展中企业的根本矛盾，是自身相对落后的管理水平与客户日益增长的需求之间的矛盾。只要围绕客户需求，致力弥补短板，打造核心竞争力，日拱一卒，一定会功不唐捐。</p> <p><b>18. 战略招标与普通招标的盈利模式有何不同？</b></p> <p>战略招标，大大提高了效率，万科、美的、融创、旭辉等民企都在采用战略和普通招标相结合的方式。国企由于制度的限制，多数是每单必招标，以普通招投标为主。招标方式属于开发商的选择，如果房地产市场红火，供应商资源短缺、价格上涨，客户更多选择战略招标早点锁定供应商；如果房地产市场下行和观望，开发商就多选择普通招标，但施工前还是必定要确定供应商。开发商在选择上会有自己的考量，但遵循的都是合理定价法。</p>
附件清单（如有）	
日期	2020 年 9 月 18 日

