

广州广日股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2019-05

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 type="checkbox"/>
参与单位 名称及人员	招商证券（吴丹）、博时基金（蔡宗延）、中信建投（陈兵）、 中科沃土基金（彭上）、久联资产（罗诗霞）、广州金控资产（马 莉安）
时间	2019年5月22日上午10:00-12:00
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	巴根证券事务代表
投资者关系活动 主要内容	<p style="text-align: center;">一、 关于公司主营业务发展情况的交流</p> <p style="text-align: center;">1. 公司在库存方面如何进行管理？</p> <p>公司成立至今一直为日立电梯提供零部件等配套服务，在生产管理过程中也沿袭了日方企业的管理模式，实行精益管理，强调对周转与库存的管控。虽然近两年受行业竞争因素的影响，公司在库存、应收账款等方面出现一定程度的增长，但从公司内部核心管控指标来看，公司对于存货的管理依然保持在良好的水平。</p> <p style="text-align: center;">2. 公司销售电梯整机产品在什么时候确认收入？</p> <p>确认收入时间视情况而定，如为调试项目，一般多以发货当期确认电梯收入；如为电梯安装、加装及改造项目则是以收到政府开具的合格证书为确认收入时间。</p>

3. 公司的市场定位与日立电梯是否有交叉的部分？作为日立电梯的主要供应商，基于公司与日立电梯的关系，是否存在价格上的优势？

在市场定位上，日立电梯定位高盈利水平的高端电梯市场，公司定位具备性价比的中低端电梯市场。但受近两年市场竞争影响，日立电梯也开始向下覆盖产品市场，公司近年来也不断增加研发投入，积极拓展高端电梯市场。

公司是日立电梯的主要供应商。2018 年，公司与日立电梯的日常关联交易金额达到 31 亿元。公司与日立电梯的合作遵循市场化原则，公司会根据不同类型、不同技术等级的产品持续与日立电梯进行谈判及友好协商。公司凭借高标准的生产质量，连续多年获得日立电梯 A 级供应商及部分核心零部件单一供应商，且公司在园区布局、企业文化、管理模式等多方面都与日立电梯有相似之处，使得双方一直保持着良好的互动合作关系。公司未来也会不断提升公司产品质量及技术水平，积极拓展新客户新产品，提升公司议价能力。

4. 广日物流的业务范畴包括哪些？

广日物流成立初期的定位是为电梯厂家提供专业配送服务的物流公司；后根据市场需求积极调整扩展业务领域，现为集运输、仓储、包装、配送、流通加工、商贸物流、物流解决方案设计、供应链优化、信息咨询等综合物流服务为一体的服务商。目前，广日物流拥有广州、昆山、天津和成都四大物流基地，管理总面积超过 26 万平方米，可调配货运车辆超过 300 辆，年货运量超过 200 万吨。

5. 公司近几年投入研发费用的效益如何体现？

公司近几年加大研发投入，不断攻关发展高速电梯技术，对核心零部件进行更新迭代，提高高端产品的竞争力，改善公司整体毛利水平。另外，公司也积极根据市场需求研发出加装电梯、家用电梯等多功能电梯，为客户提供更人性化的产品。

6. 公司整梯销售的客户结构如何？

公司主要按销售渠道划分客户结构，分为直销客户、经销客户，同时公司重点关注战略客户，广日电梯大客户部以中城联盟成员客户和全国 100 强房地产企业作为主要开拓目标，截止 2018 年底广日电梯共 54 家战略客户。

7. 公司基于什么考虑收购其他电梯厂家？

公司坚持深耕电梯主业，在实现内生式发展的同时积极进行外延式扩张，希望通过并购有一定营收规模，且产品质量、口碑比较好的同行业企业来提高公司业务规模，与公司现有主业形成协同效应，提升公司综合实力。

8. 公司 2018 年现金流逐季度变好的原因？

主要受公司生产周期的影响。公司在 2018 年一季度集中采购原材料，且一季度电梯产品交付情况较少，导致现金流支出较大；下半年为电梯行业传统意义上的旺季，新签订单及产品交付等多方面都会有所改善，因此现金流也相应改善。

9. 公司未来的业务发展规划如何？

公司将继续深耕电梯主业，并积极在相关多元化产业诸如工业机器人、物联网、轨道交通等领域延伸拓展。