

证券代码：603180

证券简称：金牌厨柜

金牌厨柜家居科技股份有限公司

投资者交流会议纪要

时 间：2021 年 1 月 19 日 16 时

地 点： 厦门市同安工业集中区同安园集和路 190 号

公司参与人员：总裁助理兼衣柜事业中心负责人、证券事务代表

交流会形式：电话会议

投资者参与机构：兴业证券、上投摩根、上海盘京投资、KGI 凱基投資信託、东亚前海证券、中信建投、中信股份、中庚基金、光大永明、兴业基金、兴银基金、大家资产、天安人寿、天弘基金、太保资管、工银瑞信、建信保险、新华资产、明亚基金、正平资本、民生加银基金、泰康资产、磐厚动量、統一投信、西部利得基金、长城财富、阳光资产

本次投资者交流会中，投资者重点关注的问题及公司的回答要点如下：

Q:大部分企业反映由于疫情影响，一、二季度的订单延后到三、四季度，公司这块的情况如何？

答：一方面确实因疫情的影响压制了一、二季度的消费，消费需求被延至下半年；另一方面我们定制行业本身也存在装修的高峰期，往常行业内在下半年会出现旺季；加上公司接单转化率、联单率不断

提升,以及工程大宗持续发力等叠加,公司下半年业务拓展情况良好。

Q: 公司各月份收入在一年中的占比?

答:按往年年份,下半年业绩占比比上半年多,今年因为受疫情的影响,下半年的业绩占比会更多一些。当然还有一种情况,往常消费者会赶在春节前下单消费,而 2021 年的春节在 2 月份,有些消费者就不会像往常那么赶,在 12 月份下单还能赶在春节前完成交付,这个从订单趋势也有所体现。

Q: 公司在工程端业务拓展方面的优势有哪些?

答:公司金牌厨柜品牌连续 8 年被中国房地产协会评为橱柜类首选品牌,大家对我们品牌的认可度是非常高的。目前我们跟国内地产商签署战略标的数量,在同业中也是比较多的。2021 年我们会持续强化橱衣木联动,通过橱柜优势,带动其他品类在工程领域拓展。

Q: 近期房地产出台了一些融资新政,对业务拓展影响?

答:公司战略标的签署情况为工程业务拓展提供了较好的基础,我们现有代理商规模还有较大的提升空间,未来我们也会重点扶持一些大商优商,目前我们了解到,这块对我们的影响不大。

Q: 2020 年衣柜板块的开店情况,以及公司 2021 年在这方面的规划?

答:2020 年的建店数,虽未达到年初规划的目标,但与 2019 年相比,增幅还是不错的。与头部企业的 2000 多家体量以及他们网点布局的城市数对比,我们在渠道拓展还有很多空间,之前我们提出三年完成一千家店的基础目标,所以 2021 年无论是否有疫情之类的客

观因素影响，我们都会卯足劲地开好店，加快渠道终端布局。

Q：目前橱柜和衣柜的经销商重合度，以及未来衣柜新增经销商的规划？

答：在前期拓展阶段，公司厨衣同商的重合度还是比较高的，将近 80%左右是橱衣同商模式，未来新增经销商规划方面，我们会推进经销商多渠道化，重点拓展、开发体系外的经销商。

Q：公司的衣柜板块，推出新产品有哪些方向？这两年客单价的变化趋势？

答：我们这两年除了早期推出“国色”系列，2020 年还推出了一些“国潮”新品，色彩会更绚丽，有更多种选择，能增加产品的国潮范。2020 年的新品上市或者销量占比其实还是不错的，客单值较之前也提升了将近 15%左右。客单值的提升，除了新品拉动外，还包括服务空间增多和终端设计能力提升拉动等。

Q：公司橱衣联单率有多少？具体有哪些联单举措带动衣柜销量的增长？

答：目前公司橱衣同商比较多，橱衣联单的实现相对容易，去年我们在一些 A2 类（副省级）城市，平均转化率可达到 35%左右，在一些标杆城市，经销商的联单转化率更高，有些达到 60%多。

未来我们也会持续通过 1) 夯实产品线，不管是以橱柜为主延伸到衣柜，还是以衣柜为主延伸到橱柜，我们都需要把产品线打通；2) 提升我们终端的销售能力以及设计能力；3) 联单销售促进消费者的捆绑消费，努力提升橱衣木联单率，相信联单在 2021 年会有较好的

表现。

Q：之前公司可转债募集资金的规划产能进展如何，以及未来的产能规划？

答：公司可转债募集资金的规划产能，主要有两部分部署，一是厦门四期的零售厨柜、整体衣柜、以及木门产能；二是泗阳工程厨柜及木门产能，目前已有部分衣柜、工程厨柜项目投产，产能在逐步释放中。我们预计未来衣柜、木门等新品类，以及大宗业务仍是我们的发力点，为了缓解现有的产能瓶颈问题，我们正通过定增募集资金，积极新建工程厨柜、工程衣柜产能。此外，公司也计划在成都新建西部物联网智造基地，该项目在按计划推动中。