

帝欧家居股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2021-001

<p>投资者活动类别</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/>特定对象调研 <input type="checkbox"/>分析师会议 <input type="checkbox"/>媒体采访</p> <p><input type="checkbox"/>业绩说明会 <input type="checkbox"/>新闻发布会 <input type="checkbox"/>路演活动</p> <p><input type="checkbox"/>现场参观</p> <p><input type="checkbox"/>其他_____</p>
<p>公司接待成员名单</p>	<p>欧神诺总裁丁同文、证券事务主管庞云聪；</p>
<p>接待时间</p>	<p>2021年2月25日</p>
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<p>长江证券、国海证券、长城证券、上银基金、博道基金、财通资管、中庚基金、西部利得、国泰基金、长江资管、东方红资管、博时基金、恒越基金、中融基金、华能信托、南方基金、墩和资本、财信证券、光大资管（以上不分先后）</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>1、去年整体精装化率的波动对公司有明显影响吗？</p> <p>回答：精装住宅市场是公司业务发展的重点战略之一，公司战略是针对在国内精装化率的长期上升趋势中，提高对地产客户的覆盖率及渗透率，这是一个长期规划，所以短期精装率的波动并不会对公司产生明显影响。</p> <p>2、公司为发展小B业务做了哪些规划？</p> <p>回答：发展小B业务是公司的重点战略之一。小B业务需要多维度的支持。</p> <p>在产能布局方面，因为小B业务需求非常看重性价比，开发性价比的产品不只是单只产品，而是需要整个供应链体系去支</p>

撑，包括制造端与运输端必须形成规模效应，所以我们未来将在华东、华中及华北地区新增产能，进一步完善全国化的产能布局。

在渠道布局方面，加大渠道建设的力度，提高经销商、工程代理商的覆盖率，形成支撑小 B 业务发力的基础。

在管理方面，调整管理架构，形成“平台+点”的模式，公司能与经销商站在同一层面上面对客户，提高效率，提升终端的竞争力。

3、如何将大 B 业务的供应链优势延伸至小 B 业务？

回答：因为小 B 业务的 SKU 相比于大 B 业务更加分散，如果要把大 B 业务的供应链优势延伸至小 B 业务，需要同时解决生产集中问题与区域分散问题，需要将供应链进行科学化、全国化的布局，这与公司供应链布局的理念相符，从而也能让小 B 业务能在供应链上分享规模优势。

4、瓷砖市场往头部品牌集中，会不会加剧地区性品牌的退出？

回答：目前国内陶瓷行业正在经历行业集中度提升、分化的阶段。一方面是来自行业的被动因素，如政策的引导、国内精装渗透率提升等原因，中小品牌的生存空间越来越小。另外一方面，由于瓷砖作为重资产行业，投资新产能提高生产效率与进行全国化布局所带来的成本优化非常明显，同时具备此能力的企业很稀缺，最终造成中小品牌与头部品牌的差距会越来越大，加剧行业的洗牌。

5、公司未来如何考虑提升品牌形象？

回答：一、通过业务规划，提升公司整体体量，在市场中形成规模与良好的口碑；二、加大在机场、高铁站等交通枢纽的广告投放力度及各地经销商当地的活动力度，达到全国性全覆

	<p>盖的宣传效果。三、始终保持产品、技术的研发，以产品作为展示公司的品牌形象的载体。</p> <p>以上内容未涉及内幕信息。</p>
日期	2021年2月26日