

证券代码：002853

证券简称：皮阿诺

广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2022-006

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（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	保利资本庞博/麦广田、申万轻工屠亦婷/庞盈盈、大成基金张家旺、万家基金王晨曦、鹏华基金李韵怡、人保资产张永超、汇安基金王苏煦、浦银安盛王爽、兴业基金赵昕蒙、国华人寿杨斯茗、国元信托黄庆兵、光大证券刘勇、华安证券王治、申万宏源魏雨辰/杨涛、英大证券王理廷、承珞资本白召然、明河投资姚咏絮、上海运舟私募郑嘉伟、上汽顾臻资管钟功焕、浙江韶夏投资曾洋洋
时间	2022年10月31日 15:00-16:00
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	副总裁兼董事会秘书管国华
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司董事会秘书管国华先生介绍公司前三季度业绩经营情况</p> <p>公司董秘简要介绍了前三季度经营业绩，同时指出业绩下滑主要原因是，一方面疫情反复导致需求放缓，另一方面严控大宗工程业务风险，同时聚焦央企地产商，导致工程订单战略性下滑。但工程订单降幅持续收窄，第三季度实现同比增长 66%。</p> <p>按渠道拆分看收入情况：22 年前三季度零售经销商渠道收入 5.8 亿元，占比 61.07%；工程渠道收入 3.54 亿元，占比 37.22%。同时公司多管齐下，多个新渠道拓展均取得明显进展：在整装渠道，遵循中高端定位差异化打法，通过经销商开拓整装渠道，22 前三季度达成装企开拓上样 1043 家。在拎包渠道，积极与地产物业进行合作，匹配及上样共 597 个楼盘项目。在设计师渠道，22 年前三季度达成合作设计师 400+位，实现零售带单销售 5500+万元。</p> <p>在现金流方面，目前有很大程度的改善，主要是工程业务聚焦于</p>

央国企后回款周期缩短；同时加大和地产商合作过程中现金回款比例；其次也加大催收力度，积极通过各种途径催收应收款。截至9月30日，公司经营活动产生的现金流量净额9947万元，同比增加128.79%。

二、保利资本股权投资执行董事及保碧新能源总经理庞博、保利资本股权投资高级副总裁麦广田介绍保利与皮阿诺合作情况

本次保利与皮阿诺合作首先是源于国资委对央企打造“现代化产业链链长”和“原创技术策源地”要求。保利发展将打造房地产技术创新头部企业，成为集成技术应用实施地、低碳智慧人居产业链链长。本次战略投资皮阿诺，核心想法是将皮阿诺打造成为竣工环节的整体服务提供平台。

保利对皮阿诺投后赋能主要分四个方面：1) 战略方面；2) 资本运作；3) 业务层面；4) 股权激励和分红提升。

三、交流环节

1、保利地产在竣工端供应商格局分布上，未来看3-5年比较理想的集中度是什么样的？

目前保利地产主要是通过招投标方式进行家居类产品采购。保利本次和皮阿诺的战略合作，不仅仅是单一品类的交易或者甲乙方的关系。依托皮阿诺多年的产品力，保利在产品上的想法能够有一个落脚点，双方通过联动、协同，未来合作上可能会蕴含新的品类和业务，包括装配式内装、整体的交付等一系列产品。

2、装配式装修一体化服务商，包含哪些服务和产品？

主要包括设计、拆单、生产、交付、运维、落地一体化等几个环节。

装配式装修品类主要包括橱柜、衣柜、门墙、地板、智能家居等。

3、装配式装修在成本端的问题是什么？在降低成本上双方未来可以做哪些突破？

国家住建部、发改委等对推进装配式装修有很多政策鼓励，装配式内装在规模化的体量下成本可控。保利和皮阿诺的合作，基于双方有巨大的场景和诉求，保利通过采用大比例入股的方式把皮阿诺纳入

	<p>到装配式装修设计研发体系中，最终形成一整套的方案向市场做交付。</p> <p>4、零售端做进一步的拆分，主要是客流量下滑还是客单值的下滑？</p> <p>受疫情等因素影响，零售端有一定承压。未来门店自然客流增长受限的大前提下，公司已于年初提出“8420 经销商赋能计划”，积极应对门店自然客流下滑风险，具体包括：1、非门店自然客流占比提升至 80%以上；2、非柜体产品（指成品、门墙、厨电等）销售占比提升至 40%以上；3、客均单价（包括柜体+成品+门墙+厨电）提升至 20 万以上。未来拎包、家装、设计师、新零售等渠道将分别承担公司 20%-25%、20%-25%、10%-15%、15%-20%左右的客流量或销售额，同时公司也将赋能扶持经销商具备运作相关渠道的能力。</p> <p>5、零售端橱柜在下滑，衣柜/全屋产品正增长，是门店的增加还是同店提升所致？</p> <p>一个是品类扩充后客单值的增长所致；其次是综合店比例提升的渠道带来的积极影响；最后是橱柜受精装楼盘同比下降的影响较大，衣柜/全屋影响较小。</p> <p>6、股权激励的时间表？</p> <p>公司已于 2022 年 5 月完成回购事项，回购股份数量为 3,626,800 股，使用资金总额 50,112,137.00 元（不含佣金等交易费用）。计划将于本次与保利完成股份交割后 6 个月内推出股权激励计划。</p> <p>7、保利如何赋能皮阿诺零售端？中高端转型后如何看开店空间？</p> <p>一是在增量拎包业务上，进一步深化原有拎包入住业务。二是在存量业主运维上，通过皮阿诺的产品力和中高端定位帮助保利中高端楼盘业主实现对改善型、品质型装修的需求。</p>
日期	2022 年 10 月 31 日