

证券简称：箭牌家居

证券代码：001322

箭牌家居集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-005

投资者关系活动类别	<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 <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（请文字说明其他活动内容）
活动参与人员	南方基金 车育文 易方达基金 张璐婷 景顺长城基金 孟禾 中银基金 丁雅纯 汇添富基金 费海墅 兴全基金 李君 浦银安盛基金 陈晨、赵楠 长城基金 柴程森 淳厚基金 陈文、曾舜卿 申万轻工 屠亦婷、黄莎、魏雨辰
时间	2022年11月17日 15:30-16:30
地点	-
形式	电话会议
公司接待人员	副总经理、董事会秘书杨伟华
交流内容及具体问答记录	<p>（一）副总经理、董事会秘书杨伟华介绍了公司发展战略等情况</p> <p>战略规划：公司愿景是成为国际一流的智慧家居整体解决方案提供商，公司持续聚焦智能家居、大家居，从单品到空间，实现全屋智能家居，实施创新驱动、产品领先、品质制胜、品牌高端化、全渠道营销和国际化运营六大发展战略。</p> <p>1、产品方面：聚焦卫浴全品类产品，以智能家居作为切入口，形成对大家居的延伸，形成公司的竞争力，（1）深耕卫浴全品类产品，全面推动卫浴定制，提高卫浴空间产品的配套率；（2）推动卫浴全系列产品的智能化开发，进一步提升智能产品的占比；（3）推动品牌高端化，对标国际顶级品牌，制定全面提升计划，以实现提质提价提品牌。</p> <p>2、创新方面：（1）从使用场景和用户体验出发，对现有智能产品不断进行迭代升级，比如对于智能坐便器，升级了智能感应、抑菌泡沫盾等功能，对于浴室柜，增加灯光控制、消毒、冷藏美容化妆品等功能；（2）针对不同的消费人群，深度开发客户需求，不断推出包括健康、护理、适老、美妆美容、安全、公共卫生、低碳生活等产品系列。</p> <p>3、渠道建设方面：通过智能家居产品，力争打造智能家居产品的先行优势，获取更多的高端用户市场，同时进一步推动渠道下沉。（1）零售门店渠道方面，将同步推动专卖店优化升级和渠</p>

道下沉布局，专卖店重点是提升卫浴产品配套率和智能产品销售占比，下沉渠道主要是扩大县级市场份额和社区旧改市场份额。

(2) 家装渠道方面，持续增加合作伙伴和产品套系，增加家装市场份额。(3) 电商渠道方面，通过专项研发对线上线下产品实现有效区隔，打造更多电商爆品，扩大电商产品品类，保持电商渠道的持续增长。(4) 工程渠道方面，公司在严格控制应收风险的前提下，积极拓展精装房和公共工程项目，使工程渠道实现相对稳定的收入结构。

4、生产方面，通过扩产能解决快速增长市场的产品产能不足问题，同时进一步提升智能制造水平，提高生产效率。

5、运营方面：公司基于企业价值链，构建一个高效的端到端数字化运营协同平台，全面推动数字化运营。

(二) 与投资者进行了交流，具体问答如下：

1、问：公司如何开发存量房市场？

答：进一步加大社区门店等下沉渠道的开发，使得深度挖掘客户需求的产品能更快触达消费者，同时，公司正在推广 24 小时换新服务，通过在全国主要城市设立的售后服务中心，以及整合经销商及第三方的售后人员，为存量房消费者提供标准化、专业化、多元化的一站式售后服务。

2、问：公司各渠道收入占比情况？目前工程业务占比情况，以及主要客户构成情况？

答：以2021年为例，经销零售渠道是公司核心渠道，收入占比约42%，电商收入占比约为18%，家装收入占比约为11%，工程（包括经销工程以及自营工程）收入占比约为28%，工程渠道最近三年占比保持基本稳定。工程渠道方面，公司在严格控制应收风险的前提下，积极拓展精装房和公共工程项目，使工程渠道实现相对合理的收入结构，目前公司工程渠道中精装房项目和公共建筑项目的收入构成较为均衡。

3、问：公司今年毛利率和净利率都有所提升，主要原因是什么？

答：净利润增长主要是毛利率提升的影响，公司在去年下半年进行了提价使得产品销售单价提升，以及公司产品结构的持续优化，都对毛利率提升有一定作用。

	<p>4、问：公司电商渠道情况？</p> <p>答：公司电商渠道包括直营电商渠道以及经销电商渠道，最近几年电商渠道增长迅速，尤其是直营电商增长明显。公司以稳健经营、持续发展为前提，对线上与线下的产品进行有效区隔，针对重大节日会推出专门的产品，在产品功能和价格上都会有竞争力，同时在重大节日前会对资源投入进行详细分类和规划，在团队运营上，公司也持续做好售前、售中和售后的服务。</p> <p>5、问：和外资品牌相比，公司将采取什么竞争策略？</p> <p>答：在产品方面，公司对标国际顶级品牌，制定全面提升计划，以实现提质提价提品牌，形成对外资品牌的有效竞争。同时，公司通过细分消费人群，深度挖掘消费者需求，从健康、安全、舒适、美妆等更多方向开发智能家居产品，力争打造智能家居产品的先行优势，抢夺更多的高端用户市场。在渠道方面，不断提高渠道形象，升级门店展示模式，增加智能产品展示空间和套系化产品展示空间，加大设计师队伍建设，提升智能产品占比和配套率，提升消费者体验；同时线上渠道不断加大电商专线产品开发，加大高端产品投入和性价比产品快速上线，线上线下联动，不断提升品牌形象。</p>
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	无
活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）	无