

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：2022-007

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	博时基金：钟天皓 招商基金：虞秀兰 冲积资产：张琨 南方基金：车育文 易方达基金：张璐婷 长江证券：蔡方羿、米雁翔、张弛
时间	2022年12月12日 15:00-17:30
地点	佛山市禅城区南庄镇科洋路20号箭牌大厦2楼会议室
形式	现场会议
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）投资者参观公司展厅</p> <p>（二）与投资者进行了交流，主要内容如下：</p> <p>1、问：公司各类产品收入占比重要性排序依次是怎样的？未来有什么目标？</p> <p>答：产品方面，公司将继续聚焦卫浴全品类产品，全面推动卫浴定制，提高卫浴空间产品的配套率，同时以智能家居作为切入点，形成对大家居的延伸，分步实施并实现公司的愿景“成为国际一流的智慧家居整体解决方案提供商”。</p> <p>从卫浴空间来看，洁具是公司重点发展的品类，包括智能马桶，目前洁具也是客单值较高的品类，其次是龙头五金，最近几年智能马桶及龙头五金这两个品类增长较快，造成产能存在不足，也是公司IPO募投项目的主要产能建设项目，再次是浴室柜以及浴缸淋浴房，以洁具产品的销售数量为基数来看，这两个品类的配套率都相对较低，公司后续也将在这两个品类上持续发力。</p> <p>智能化维度方面，公司智能家居产品2021年实现收入19.5亿余元，占比约为23.49%，未来产品布局将继续以智能化产品升级为主要抓手，包括智能坐便器、智能花洒、智能浴室柜、智能龙头等，持续推动公司产品结构优化，进一步提升智能产品收入占比。</p> <p>2、问：后续如何提升卫浴空间产品配套率？</p> <p>答：公司通过加大套系化产品开发，加速各品类产品的功能升级，增强卫浴空间套系化产品竞争力；同时优化门店展示模式，</p>

增加套系化产品展示空间，加大设计师队伍建设，提升消费者体验，进一步提升卫浴空间产品配套率。

3、问：经销模式下有哪些渠道？公司电商渠道方面发展情况如何？

答：公司渠道主要包括经销零售、经销电商、经销工程、经销家装、直销电商、直销工程六大渠道，渠道分布较为均衡，其中经销模式下的四大渠道收入占比约 90%。

公司自建电商运营团队，同时和电商经销商长期合作，开展直营电商和经销商电商业务，实现线上收入的持续增长。2021 年公司电商收入为 15.31 亿元，同比增长 48.64%，收入占比 18.50%；其中直营电商 6.32 亿元，同比增长 177.19%。公司不断加大线上渠道电商专线产品开发，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。

4、问：公司未来研发规划？

答：公司设有 16 个研发中心，覆盖基础性和前瞻性技术研究，涉及公司现有产品和未来战略定位产品开发。公司坚持以人为本、创新驱动、产品领先的发展理念，通过持续创新目前已经掌握了包括覆盖全品类的抑菌抗菌技术、节水大冲力便器冲洗技术、水路记忆合金恒温技术、智能马桶研发平台技术、花洒舒适水型技术等多项核心技术。在研发上，公司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，同时针对不同的消费人群，深度开发客户需求。同时，基于未来智能家居发展需要，公司正持续布局家居智能化技术研发，打造智慧场景生态，推动产品从单品智能、全卫智能逐步发展到空间物联智能。

5、问：和外资品牌竞争，公司如何推动品牌高端化？

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，不断提升渠道形象，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，加大高端产品投入上线，线上线下联动，不断提升品牌形象。

	<p>6、问：介绍一下公司经销模式下的两级管理模式</p> <p>答：公司目前经销层级为两级，截至 2021 年 12 月 31 日，公司的经销商合计 1,854 家，分销商合计 6,609 家，经销商及分销商是公司重要的合作伙伴。经销模式下，公司与经销商签订经销合同，给予经销商在特定区域销售公司产品的权利，由公司直接向其供货，并允许经销商在特定区域使用公司统一的商标、品牌等，经销商自行承担经营风险，公司适时给予经销商人员培训、经营管理等方面的帮助。同时，经销商可根据自身情况在经销区域内开发二级分销商，以提高区域市场销售能力。分销商不与公司进行交易和结算，分销商直接从经销商处提货并结算。除此之外，分销商的装修标准、经营要求与公司对接销商的管理要求一致。分销商需要接受公司的监督与管理。</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